الترويح المائى

الفلسفة والتسويق

الدكتور

محمد محمد الحماحمى

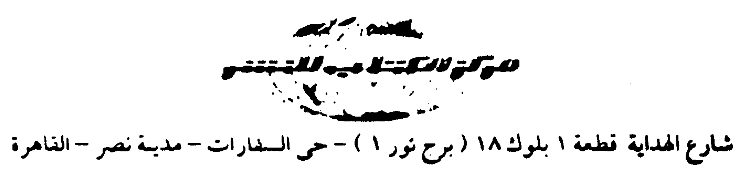
الأستاذ بقسم الترويح الرياضي

بكلية التربية الرياضية – جامعة حلوان

مركز الكتاب للنشر

الطبعة الثالثة

١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩



شارع الهداية قطعة ١ بلوك ١٨ (برج نور ١) - حي السفارات - مدينة نصر - القاهرة

ت/ ٢٢٧٠٤٠٩٥ _ ٢٢٧١٣٠٣٧ فاكس ٢٢٩٠٦٢٥٠ ٢٢٦٧٦٨٥٠

www.bookcp.net E-mail : bookcp@menanet.net

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالأَرْضَ وَأَنزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَّكُمْ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْفُلْكَ لِتَجْرِيَ فِي الْبَحْرِ بِأَمْرِهِ وَسَخَّرَ لَكُمُ الأَنْهَارَ ﴿٣٢﴾ ﴾ [إبراهيم]

* * *

﴿ أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ أَنزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَسَلَكَهُ يَنَابِيعَ فِي الأَرْضِ ثُمَّ يُخْرِجُ بِهِ زَرْعًا مُّخْتَلِفًا أَلْوَانُهُ ثُمَّ يَهِيجُ فَتَرَاهُ مُصْفَرًّا ثُمَّ يَجْعَلُهُ حُطَامًا إِنَّ فِي ذَلِكَ لَذِكْرَىٰ لأُولِي الأَلْبَابِ ﴿٢١﴾ ﴾ [الزمر]

* * *

﴿ أَمَّن جَعَلَ الأَرْضَ قَرَارًا وَجَعَلَ خِلالَهَا أَنْهَارًا وَجَعَلَ لَهَا رَوَاسِيَ وَجَعَلَ بَيْنَ الْبَحْرَيْنِ حَاجِزًا أَإِلَهٌ مَّعَ اللَّهِ بَلْ أَكْثَرُهُمْ لا يَعْلَمُونَ ﴿٦١﴾ ﴾ [النمل]



إهـــداء

إلى المولودة البريئة التى
جاءت إلى الدنيا فى وقت كنا فى حاجة
إلى أن نرزق بها حتى نستقر نفسياً من تعب الحياة
وقد غزت بحبها قلبى وأعادت له نبض ذكرياته عندما
كان ينبض بحب أبنائى الأعزاء أحمد وأمينة .. إلى
الحفيدة الغالية فريدة أحمد الحماحمى التى تنفرد بحبى
لها .. فهى فريدة فى حبها .. وإليها أهدى كتابى هذا
متمنياً أن أراها فى قمة الصحة والسعادة ، ومتمنياً
أن أراها وهى فى قمة شبابها وأن تكون
من هواة الترويح المائى

أ.د. محمد الحماحمى



بسم الله الرحمن الرحيم

المقدمة

يعد الترويح المائى من أهم مجالات الترويح لأنه يستفيد من البيئة ومقوماتها الجغرافية والمناخية فى الاستمتاع به ، كما أنه يعد من مناشط السياحة الرياضية باعتباره من أهم عوامل الجذب السياحى الهامة للدولة التى يتوافر لها المقومات الطبيعية التى تسمح بإقامة مشروعاته وتقديم منتجاته المادية أو خدماته.

وقد أصبح الترويح المائى يشكل مظهراً حيوياً لكل من الترويح والرياضة للجميع والسياحة الرياضية باعتباره من المناشط التى تؤثر فى المقبلين على أدائها بدنياً وفسيولوجياً ونفسياً وعقلياً واجتماعياً ، وذلك كتنمية لياقتهم البدنية وتطوير حالتهم الصحية، والحد من التوتر النفسى والعصبى الذى يعانون منه، وإشباع ميولهم للمغامرة أو المخاطرة وتنمية قدراتهم على الإنجاز وتأكيد الذات، وكذلك تنمية الثقة بأنفسهم والتحرر من الخوف أو القلق وتدعيم مفهومهم نحو الذات ، وإشباع حاجاتهم للالتقاء مع الآخرين من ذوى الميول والاهتمامات المشتركة وإشباع رغباتهم فى التغلب على ظاهرة العزلة الاجتماعية التى تسود المجتمع المعاصر من خلال تكوين علاقات وصداقات مع الآخرين من الأفراد أو الجماعات. كما يبعد الترويح المائى الأفراد الممارسين لمناشطه عن العالم الصناعى ويقترب بهم من الطبيعة أو من العالم الطبيعى.

ولذا فإن مناشط الترويح المائى تحظى باهتمام الأفراد وتستثير دافعيتهم للإقبال على ممارستها أو الاستمتاع بمشاهدتها ، وبوجه خاص فى الأجازات والعطلات، لما لتلك المناشط من أهمية فى الاستمتاع بالحياة فى البيئة الطبيعية وبعيداً عن التلوث البيئى، وكذلك لقيمتها فى إيقاظ الإحساس بالحاجة إلى العودة للطبيعة

والاستمتاع بحياة الخلاء والبحث عن ظروف أفضل للحياة لمواجهة الروتين اليومى للحياة العصرية.

وبالرغم من الاتجاه العصرى الذى يؤكد على ضرورة الاهتمام بالسياحة الرياضية كأحد عوامل الجذب السياحى والاهتمام بسياحة الترويح المائى باعتبارها من أهم وسائل الجذب للسياحة الرياضية أو الترويحية ، إلا أن ذلك النوع من السياحة أو الترويح المائى يواجه العديد من التحديات والتراكمات التى تحول دون انتشاره بالكيفية المرجوة فى العديد من الدول التى تتمتع بالمقومات الطبيعية اللازمة لإقامة مشروعاته أو بناء برامجه أو الاهتمام بمناشطه ، وقد ترتبط تلك المعوقات بالنظم السياسية والاقتصادية والإدارية السائدة فى المجتمع، أو بمدى وعى المواطنين بالترويح المائى وأهميته لهم، أو بوسائل الدعاية والترويج لمشروعاته أو منتجاته أو خدماته، وذلك إلى جانب افتقاد التشريعات والقوانين المهتمة بحماية البيئة مما يؤدى إلى ارتفاع مستوى التلوث البيئى فى أماكن ممارسة مناشط الترويح المائى.

ولذا فإن هذا الكتاب يتناول بالدراسة العديد من الموضوعات الجادة المرتبطة بالترويح المائى بغرض تعريف القارئ بفلسفته ، وذلك من خلال توضيح ماهيته وبعض المتغيرات المرتبطة بممارسة مناشطه ، والتأكيد على أهميته أو تأثيراته الإيجابية على الممارسين لتلك المناشط، كما يوضح العديد من التحديات أو التراكمات التى تواجه مشروعات أو مناشط الترويح المائى ووسائل مواجهتها للارتقاء بهذا المجال الهام.

ويتطرق الكتاب كذلك إلى أهم ما يجب اتباعه من إجراءات علمية فى تصميم برامج الترويح المائى وكيفية الوقاية من بعض الإصابات أو المخاطر التى قد يتعرض لها المشاركين فى هذه البرامج أو المناشط.

واهتم الكتاب أيضاً بإبراز أهمية الإعداد المهنى أو التأهيلى للعاملين فى مجال الترويح المائى مع التأكيد على أهمية التدريب أثناء الخدمة In Service Training

لهؤلاء العاملين فى مشروعاته حتى يتم تطوير أدائهم وفقا للاتجاهات العلمية المعاصرة ، حيث أن التدريب أثناء الخدمة يُعد نوعاً من الاستثمار البشرى وعنصراً هاماً فى تقديم خدمات أفضل فى مجال العمل.

كما استعرض الكتاب موضوع التسويق فى مجال الترويح المائى والتخطيط له وفقاً لاستراتيجية علمية مراعية للعديد من الاعتبارات المرتبطة بذلك بغرض زيادة الطلب على ما تقدمه مشروعاته من منتجات مادية وخدمات متميزة فى هذا المجال للتعرف على احتياجات المترددين على مشروعاته للعمل على إشباع احتياجاتهم أو تطوير مزيج من الاستراتيجيات للتأثير فى اتجاهات الأفراد لزيادة الطلب على الترويح المائى.

واسأل الله سبحانه وتعالى أن يكون قد أصابنى التوفيق فى اختيار موضوعات هذا الكتاب «الترويح المائى - الفلسفة والتسويق» بغرض تحقيق رغبة لدّى نحو الإسهام الإيجابى بتزويد المكتبة العربية بهذا النوع من المراجع العلمية، حيث إنها تفتقد إلى ذلك، وفى حاجة أكيدة إلى إثرائها بالعديد من المراجع العلمية فى هذا المجال.

أ.د محمد الحماحمى



محتويات الكتاب

الموضوع	الصفحة

الفصل الأول
فلسفة الترويح المائى

الفصل الثانى
تصميم برامج الترويح المائى

محتويات الكتاب

الفصل الثالث

التسويق فى مجال الترويح المائى

محتويات الكتاب

الموضوع	الصفحة



الفصل الأول

فلسفة الترويح المائى



- مقدمة .
- العلاقة بين كل من وقت الفراغ والسياحة الرياضية والترويح المائى.
- ماهية الترويح المائى.
- بعض المتغيرات المرتبطة بممارسة مناشط الترويح المائى.
- أهمية التـ ويح المائى.
- أهم التحديات التى تواجه الترويح المائى.
- كيفية الارتقاء بالترويح المائى.
  - دور المجتمع نحو الترويح المائى.
  - أهمية التعاون الدولى فى مجال الترويح المائى.

فلسفة الترويح المائى

مقدمة

لقد أتاح نهر النيل للمصريين القدماء الفرصة لتعلم العديد من الرياضات المائية، وذلك كالسباحة والتجديف وصيد الأسماك ، والآثار الفرعونية الموجودة بمقابر بنى حسن وسقارة ومعبد أبيدوس Abydos والآثار الموجودة فى المتحف المصرى بالقاهرة ومتحف اللوفر Louvre بباريس ومتحف المتروبوليتان Metropolitan بنيويورك ومتحف بوشكين Bochquin بموسكو ومتحف تورينو Torino تُشير إلى أن قدماء المصريين قد عرفوا العديد من أنواع السباحة، كسباحة الزحف وسباحة الصدر والسباحة على الظهر، وكذلك عرفوا إنقاذ الغرقى.

والنقوش الموجودة بمقبرة الأمير خيتى Kheti ببنى حسن والتى ترجع إلى عهد الأسرة الحادية عشرة التى حكمت مصر من (٢٠٤٠ - ١٩٩١ق.م) تؤكد على أن المصريين القدماء قد عرفوا العديد من أنواع السباحة، إذ توضح تلك النقوش كيف يسبح الجنود عند سقوطهم فى الماء وبالطرق المختلفة للسباحة.

كما أن قدماء المصريين كانوا يهتمون بتعليم أبنائهم السباحة ، حيث كان يتم تدريسها لأبناء الملوك والنبلاء منذ عام (١١٦٠ ق.م) إلى عام (١٧٨٠ق.م) وذلك على أيدى مدرسين متخصصين فى تعليمها.

وتدل النقوش الموجودة على جدران معبد رمسيس الثانى Ramsès (2) فى أبيدوس Abydos على أن المصريين القدماء قد عرفوا طرق الإنقاذ، إذ يوجد منظر على الجدران الخارجية للمعبد يُصور معركة قادش الحربية Kadech ، كما يوجد منظر آخر يصور ملك حلب وقد سقط فى النهر، إلا أنه قد تم المعاونة فى إنقاذه من الغرق من خلال تفريغ المياه من فمه بعد أن تم تغيير وضع جسمه بحيث تصبح

رأسه إلى أسفل، وهذا المنظر يوضح أن قدماء المصريين قد عرفوا طرق الإنقاذ من الغرق، ويرجع تاريخ تلك النقوش إلى عهد الأسرة التاسعة عشر التى حكمت مصر خلال الفترة من (١٣٠٦ - ١١٨٦ ق.م).

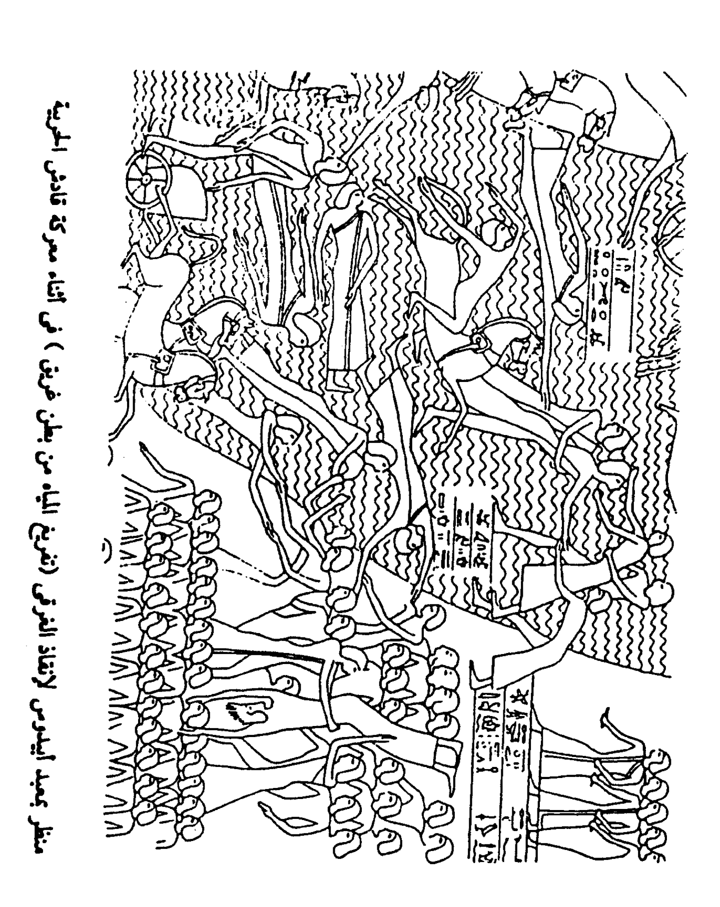
كما تدل النقوش التاريخية على أن السيدات فى مصر القديمة قد مارسن رياضة السباحة وأن أجسامهن كانت تتميز بالجمال والتناسق، وأن حركاتهن أثناء السباحة كانت تتميز بالدقة والانسيابية.

وفى متحف اللوفر Louvre بباريس يوجد أثر يوضح كيف كانت السيدات تتدربن على سباحة الصدر وذلك من عهد الأسرة الثامنة التى حكمت مصر خلال الفترة من (١٥٥٤ - ١٣٠٦ ق.م) ، وكذلك يوجد فى متحف المتربوليتان Metropolitan بنيويورك أثر آخر يوضح كيفية تدريب السيدات على سباحة الصدر، وذلك أيضاً من عهد الأسرة الثامنة عشرة.

كما يوضح أثر موجود بمتحف بوشكين Bochquin بموسكو كيفية التدرب على سباحة الزحف ويُشير إلى دقة آداء الحركات، ويرجع ذلك إلى عهد الأسرة الثامنة عشرة ، ويوجد أيضاً بالمتحف المصرى أثر آخر يدل على أن قدماء المصريين قد عرفوا رياضة سباحة الزحف ، ويُشار إلى أن تاريخ هذا الأثر يرجع إلى عام (٢٢٠٠ ق.م).

وكما عرف المصريون القدماء السباحة عرفوا أيضاً التجديف ، والنقوش الموجودة بمقبرة خيتى Kheti ببنى حسن من عهد الأسرة الحادية عشرة التى حكمت مصر من (٢٠٤٠ - ١٩٩١ ق.م) تمثل قارباً للتجديف.

وقد جاء على أحد الألواح المؤرخة فى عهد الملك أمنحتب الثانى أنه كان قوى الذراعين وأنه فى ذات مرة قطع بقاربه الملكى الملقب بالصقر أربعة أميال وهو يجدف ضد التيار دون توقف للحظة واحدة، كما قيل عنه أنه كان لا يعرف التعب وهو ممسك بمجداف سفينته الملكية أو بالدفة التى فى مؤخرتها.



منظر بمعبد أبيدوس لإنقاذ الغرقى (تفريغ المياه من بطن غريق) فى أثناء معركة قادش الحربية

ويقال أن الملك أمنحتب كان قد شاهد أحد قواده المدعو أمنمحاب وهو يقوم بالتجديف بنشاط وقوة فى أحد القوارب الملكية، فقام بتعيين أمنمحاب فى وظيفة أعلى.

وتزخر النقوش المصرية الموجودة على جدران المقابر وجدران المعابد بالعديد من القوارب، كما يوجد بالمتحف المصرى بالقاهرة نماذج لمجاديف من الخشب المدهون بطلاء أسود لامع للملك توت عنخ أمون Totankhamon وهو من ملوك الأسرة الثامنة عشرة التى حكمت مصر خلال المدة من (١٥٥٤ - ١٣٠٦ق.م).

وكذلك عرف قدماء المصريين صيد السمك ، فالنقوش الموجودة بمقبرة ميرى روكا Mererurk بسقارة والتى ترجع إلى عهد الأسرة الخامسة التى حكمت مصر من (٢٤٧٠ - ٢٣٢٠ ق.م) توضح أن قدماء المصريين قد عرفوا صيد السمك بالحربة.

كما أن النقوش المسجلة بمقبرة كاجمنى Kagemni بسقارة والتى يرجع تاريخها إلى ما بين الأسرتين الخامسة والسادسة - ما يقرب من (٢٣٢٠ ق.م) - تُشير إلى أن قدماء المصريين قد عرفوا صيد السمك بالشباك.

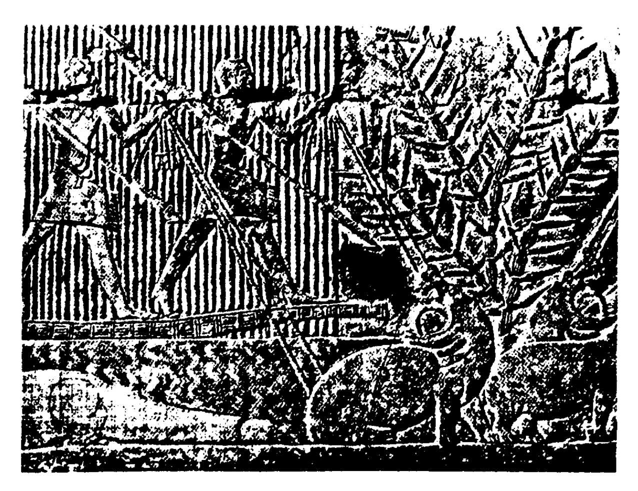
فى حين أن النقوش الموجودة بمقبرة أبيدوت Abidote بسقارة والتى يعود تاريخها إلى عهد الأسرة السادسة التى حكمت مصر خلال الفترة من (٢٣٢٠-٢١٦٠ ق.م) توضح أن قدماء المصريين قد عرفوا صيد السمك بالشباك والسنارة.

وكذلك النقوش الموجودة على مقبرة ميرى روكا Mererurk بسقارة التى يرجع تاريخها إلى الأسرة السادسة تدل على صيد قدماء المصريين لسبع البحر أو فرس النهر خلال الفترة من (٢٣٢٠ - ٢١٦٠ ق.م).

وأيضاً النقوش المسجلة بمقبرة جابى Gabi من عهد الأسرة الثانية عشرة (١٩٩١ - ١٧٨٥ ق.م) والمعروضة بمتحف برلين Berlin توضح أن المصريين القدماء قد عرفوا صيد السمك بالرمح.

ويشير عبدالحميد أحمد زايد إلى أن صيد فرس النهر قد عُرف لدى قدماء المصريين منذ الأسرة الأولى وأنه وجد إشارة إليه فى الأختام الأسطوانية للملك أوديمو Ouadjenes ، وأن ذلك مسجل أيضاً على مقابر الدولة القديمة والدولة الوسطى والدولة الحديثة، كما يُشير زايد إلى أن قدماء المصريين كانوا يقومون بصيد فرس النهر بحراب طويلة ذات أنصال معدنية ويتصل بهذه الحراب حبال طويلة تُستخدم فى سحب الفريسة وبها عوامات ليتمكن الصائد من متابعتها إذا فقدت منه.

ولقد أكد شافر Schafer على أن قدماء المصريين كانوا يصوبون الحراب على السمك فى الماء.



منظر بمقبرة ميرى روكا بسقارة لصيد فرس النهر

وبذلك نرى أن قدماء المصريين قد عرفوا العديد من مناشط الترويح المائى كالسباحة والإنقاذ والتجديف وصيد السمك وكذلك صيد سبع البحر وفرس النهر.

العلاقة بين كل من وقت الفراغ والسياحة الرياضية والترويح المائى

أصبحت ظاهرة الفراغ والترويح تدخل فى إطار نسيج النظم الاجتماعية التى يتألف منها المجتمع ، كما بدأ الاهتمام بالترويح كأحد مظاهر السلوك الحضارى للفرد، ومن ثم تعاظم الاهتمام بالترويح لمواجهة الزيادة المتنامية لوقت الفراغ فى المجتمع المعاصر ولمواجهة زيادة الطلب على مناشط الترويح لاستثمار هذا الوقت.

ويُشير عصام الهلالى إلى أن مفهوم الترويح كنظام اجتماعى يجب النظر إليه بحرية باعتباره مفهوماً وسطياً بين اللعب فى صورته الأولية والرياضة فى شكلها المنظم والمعقد، وأن كل من الترويح واللعب والرياضة يُعد من النظم الاجتماعية المرتبطة بالحركة الإنسانية والنشاط الرياضى.

ويؤكد برتراند راسل Bertrand Rassel على أن الاستخدام الواعى لوقت الفراغ إنما يعد حصيلة للتربية والحضارة، كما يؤكد رالف جليسر Ralph . G. على أن اختيار طرق استثمار أوقات الفراغ إنما يُعبر عن القدرة فى التعبير عن الذات، ولذا فإن وقت الفراغ قد أصبح فى القرن المعاصر يرتبط بحرية استخدام الفرد له بطرق متعددة ولانهائية.

ويرى المهتمون بدراسة الترويح أنه يمكن التعرف على حضارة المجتمعات من خلال معرفة الوسائل التى تستخدمها تلك المجتمعات فى مواجهة وقت الفراغ، وأنه توجد علاقة وثيقة بين ثقافة المجتمع ومستويات المشاركة فى مناشط الترويح السائدة فى المجتمع.

ولذا يُعد تقديم خدمات وقت الفراغ والترويح من المهام الرئيسية للمهنة وكذلك معالجة وتجهيز البيئة الطبيعية لتهيئتها لممارسة الأفراد لمناشط الترويح والتى

من أهمها مناشط الترويح المائى وخدماته المتعددة حتى يمكن استثارة دافعية هؤلاء الأفراد للاستمتاع بتلك المناشط والخدمات.

كما يرى نيولنجر Neulinger أن جميع مفاهيم وقت الفراغ المرتبطة بالطرق الكمية أو الكيفية توضح أن وقت الفراغ هو حالة مزاجية تتميز بالدافعية ومن ثم حرية الاختيار.

ويؤكد وقت الفراغ على ثلاثة مفاهيم رئيسية ، هى :

- **الحرية :** وتُشير إلى إتاحة الفرص المتعددة لإدارك الأفراد أن البرنامج يوفر لهم اختيارات لتحقيق ذاتهم بطريقة أفضل.
- **الرضا الفعلى :** ويُعد مؤشراً إيجابياً عن الاستمتاع بوقت الفراغ، كما يُزيد من دافعية الاستمرار فى المشاركة فى مناشط وقت الفراغ، إذ يستثير تلك الدافعية تدفق التفاعل بين القدرات الطبيعية للأفراد وخبراتهم السابقة ، وكذلك النجاح فى أداء النشاط وتطوير لمستواهم المهارى، وتقديم البرنامج لأوجه نشاط تتميز بالتنوع لتشبع ميولهم وحاجاتهم.
- **الخبرة :** وتتحقق من خلال مشاركة الأفراد فى البرنامج المعد والالتزام والتفاعل مع أوجه النشاط المقدمة ، وكذلك من خلال التنظيم والتوجيه الذاتى للتجارب الشخصية فى وقت الفراغ.

ويرى هاتشنسون Hutchinson أن الترويح يُعد أحد أشكال وسلوكيات وقت الفراغ الذى يتميز بالمبادئ الأخلاقية لتحقيق أهداف المجتمع، ومن ثم فإنه يمثل الخبرة فى ممارسة وقت الفراغ بطريقة مقبولة اجتماعياً.

ويتأثر كل من وقت الفراغ والترويح بالعديد من المتغيرات والتى أهمها :

- **المتغيرات المادية :** وذلك مرتبط بما هو متوافر فى البيئة من إمكانات مادية كالمنشآت والمعدات والأجهزة والأدوات التى يستعين بها الأفراد لممارسة أوجه النشاط التى يرغبون فى أدائها وفقاً لميولهم وقدراتهم وحاجاتهم واهتماماتهم.

- **المتغيرات الاجتماعية :** والتى تُعبر عن تأثر ميول الأفراد ببعض الأصدقاء أو المشاركين فى البرنامج أو ببعض أفراد الأسرة أو العائلة.

- **المتغيرات الفكرية :** وهى التى ترتبط بالأفكار والمعتقدات والآراء والمفاهيم والفلسفات التى يتم تكوينها عن وقت الفراغ والترويح ، وكذلك ترتبط بمعانى التعاون ، المنافسة، المبادئ الأخلاقية، الاستمتاع بوقت الفراغ، الحرية.

ولذا فإن الأفراد المشاركين فى البرنامج إنما يفسرون معانى النشاط أو المواقف أو الأحداث بطرق متباينة، ومن ثم تختلف استجابات أفعالهم تبعاً لذلك، ولذا يرى لى Lee أن وقت الفراغ والترويح إنما يفسر تبعاً للمواقف من قبل الأفراد فى ضوء متغيرات البيئة الاجتماعية التى يتم ممارسة الخبرات أو التجارب من خلالها ، وأن ذلك يتم من خلال تفاعل الأفراد مع كل من المتغيرات المادية والاجتماعية والفكرية، وبذلك فإن المعنى يُحدد تبعاً للموقف حيث يمكن أن يتغير من موقف لآخر أو من مناسبة لأخرى.

ومن ثم يجب أن يتفهم المسئولون عن تخطيط البرامج فى مجال أوقات الفراغ والترويح وكذلك المسئولين عن تنفيذه كيف يشكل الأفراد المعنى؟ وكيف يشكل المعنى فعل أو رد فعل المشاركين فى برامج الترويح فى أوقات الفراغ؟

ومن أجل زيادة معدلات السياحة إلى جمهورية مصر العربية تم افتتاح مجالات غير تقليدية للجذب السياحى، ومن أهم هذه المجالات السياحة الرياضية وسياحة الرياضات المائية وسياحة المؤتمرات. وفى إطار تجهيز الدولة لاستقبال هذه الأنواع من السياحة أقيمت القرى السياحية المهتمة بالرياضات المائية وبوجه خاصة فى مناطق جنوب سيناء ، كما أقيم قصر المؤتمرات فى مدينة نصر والذى يُعد من أكبر وأحدث مراكز المؤتمرات فى الشرق الأوسط.

ويُعد الترويح المائى من أهم مجالات الترويح نظراً لأنه يستفيد من البيئة ومقوماتها فى أداء مناشطه . كما أن التسويق الجيد لمناشط الترويح المائى يفتح أفاقاً

واسعة لصناعة السياحة الرياضية فى الدول التى يتوافر لها مقومات هذا النوع الفريد من السياحة.

ولذا تعتمد الدولة على مناشط الترويح المائى فى ترويج السياحة إليها باعتبارها أحد العوامل الرئيسية لجذب أعداد أكبر من الأفراد والجماعات من الوافدين إليها، وذلك لما للشواطئ من تأثير ساحر على الأفراد وبما تتميز به من مناظر طبيعية، ونظراً لما يتوافر لها من خدمات ومقومات تسمح بالاستمتاع بمناشط الترويح المائى.

وتُشير سعاد عمران إلى أن سياحة الشواطئ أصبحت من الأنماط السياحية الهامة والتى يزداد الطلب عليها لما تقدمه من متعة وحيوية لمرتاديها ، ولذا تُعد من مناشط الترويح التى تساهم بأكثر من (٥٠٪) من حجم السياحة الدولية، كما أنها تُعد مصدراً هاماً للمناشط السياحية لكثير من الدول الشاطئية وذلك فيما يرتبط بالمستوى المحلى.



تُعد سياحة الشواطئ من الأنماط السياحية الهامة

كما أن مناشط الترويح المائى تحظى باهتمام الأفراد وتستثير دافعيتهم للإقبال على ممارستها أو الاستمتاع بمشاهدتها ، وبوجه خاص فى الأجازات أو العطلات، لما لهذه المناشط من أهمية فى تخلص هؤلاء الأفراد من عناء العمل ومشكلات الحياة اليومية ، والمساعدة فى تحقيق الاسترخاء العصبى والتوازن النفسى لهم، وكذلك فى تجديد حيويتهم ورغبتهم فى الاستمتاع بحياتهم.

وخلال العقود الأخيرة من القرن العشرين نمت حركة السياحة الرياضية المهتمة بالترويح المائى، ولقد ساهم فى ذلك التقدم التقنى الذى طور صناعة التجهيزات والأجهزة والأدوات المرتبطة بمناشطه ، وذلك كماكينات صناعة الأمواج وتدفق الماء والإنزلاقات المائية والقوارب البخارية والدراجات والموتسكيلات المائية وغيرها من وسائل الرياضات المائية Aquatic Sports أو الترويح المائى Water Recreation .

ولأهمية توطيد العلاقة بين الرياضة بوجه عام والسياحة باعتبارها تُشكل مصدراً هاماً للدخل السياحى والاستثمار فى هذا المجال، فقد قامت منظمة الأستا (ASTA) فى عام (١٩٧٦) بتشكيل لجنة دولية تضم ممثلين متخصصين فى موضوع السياحة الرياضية ودورها فى التسويق السياحى، وذلك بغرض الارتقاء بهذا النوع من السياحة.

ولقد تعددت مجالات الاستثمار فى مجال السياحة بوجه عام فى جمهورية مصر العربية، وكان من بين هذه المجالات مشروعات الترويح المائى بغرض تنشيط السياحة الرياضية فى مصر ودور ذلك فى عملية تنشيط السوق السياحى بوجه عام، ولذا اهتمت الدولة بتقديم العديد من التسهيلات للمستثمرين فى هذا المجال وبما يخدم التنمية السياحية ، وذلك كتوفير الاستقرار السياسى، والبنية الأساسية ووسائل حماية البيئة من التلوث، ومرونة النظم الإدارية ، وتوفير العمالة المتخصصة فى المجال، والمساهمة فى تمويل المشروعات عن طريق تقديم تيسيرات

من البنوك ترتبط بقيمة القروض المقدمة منها وبسعر الفائدة على المستحق منها وفترة السداد.

وفى دراسة علمية قامت بها سحر القاضى (١٩٩٤) عن دور القرى السياحية فى تنشيط حركة السياحة الترويحية الوافدة إلى مصر ، أشارت أهم النتائج إلى:

- وجود ارتباط وثيق بين كل من السياحة ووقت الفراغ والترويح.
- ارتباط ظهور القرى السياحية بالرغبة فى الاسترخاء والترويح وقضاء وقت الفراغ.
- اهتمام المهتمين بالسياحة فى جمهورية مصر العربية بالسياحة الترويحية لمواجهة زيادة الطلب العالمى على هذا النوع من السياحة.
- أهمية القرى السياحية الترويحية المقامة على الشواطئ باعتبارها أكثر وسائل الإقامة الملائمة فى مجال السياحة الترويحية.

وفى دراسة قامت بها كوثر الموجى (١٩٨٦) عن السياحة الرياضية فى جمهورية مصر العربية أشارت أهم النتائج إلى وجود علاقة بين الرياضة والسياحة، إذ أوضحت الدراسة أهم ما يلى:

- أهم الألعاب أو الرياضات التى تساهم فى زيادة الطلب على السياحة الرياضية فى مصر هى : ألعاب الكرة والصيد والسباحة والغطس.
- أهم المهرجانات والمسابقات التى يتم تنظيمها فى مصر لتنشيط السياحة هى: مهرجانات الصيد، المهرجانات المائية ، مسابقات فى الألعاب والرياضات الأخرى.

وبذلك يمكن تحديد العلاقة بين كل من وقت الفراغ والسياحة الرياضية والترويح المائى فى النقاط التالية :

- توجد علاقة طردية بين وقت الفراغ والترويح، حيث كلما ازداد وقت الفراغ يحدث زيادة فى الطلب على الترويح والذى يعتبر الترويح المائى أحد أنواعه.

- الترويح ضرورة حتمية لمواجهة زيادة وقت الفراغ ولمقاومة رتابة الحياة العصرية.

- توجد علاقة وثيقة بين وقت الفراغ والسياحة الرياضية حيث أن القيام بالسياحة يتم فى وقت الفراغ؛ كما أن السياحة الرياضية توفر العديد من الفرص لممارسة العديد من الرياضات والتى من أهمها الرياضات المائية، وذلك من خلال الاستفادة من العناصر الطبيعية والظروف المناخية فى المناطق الجغرافية التى يتم زيارتها.

- رياضات الغوص والقوارب الشراعية واليخوت والتزحلق على الماء وصيد الأسماك والتصوير تحت الماء تُعد من أهم عوامل الجذب للسياحة الرياضية التى تتم فى وفت الفراغ.

- الدافع للترويح يُعد من أهم دوافع الفرد للسياحة ولاختيار الدولة أو المدن المراد زيارتها، وكذلك الدافع لممارسة مناشط الترويح المائى يحـــدد الدولة أو المدن المراد زيارتها وذلك وفقاً لتميزها بمصادرها المائية وظروفها المناخية ومقوماتها الطبيعية.

- استثمار كل من وقت الفراغ والسياحة الرياضية ومشروعات الترويح المائى يُعد من أهم مصادر التنمية البشرية والاقتصادية للدول.

ماهية الترويح المائى

يتضمن الترويح المائى كل المناشط التى تستفيد من المسطحات المائية أو الشواطئ فى أدائها، وذلك كالألعاب المائية ، السباحة، التجديف، ركوب الأمواج، اليخوت والشراع، الانزلاق على الماء ، الغطس ، الغوص، النزهات البحرية، حمامات الشمس Sunbathing ، مخيمات الشاطئ ، جمع الأصداف والقواقع والأحجار من على الشاطئ والأخشاب الطافية على سطح الماء.

ومن أهم أهداف الترويح المائى الاستفادة من الإمكانات والتسهيلات المتاحة فى البيئة لتقديم برامج ومناشط تستثير دافعية الأفراد للمشاركة فيها بغرض استثمار أوقات فراغهم والاستمتاع بذلك، وتحقيق الاسترخاء النفسى والعصبى لهم ومقاومة توترات الحياة العصرية، وتطوير حالتهم الصحية والبدنية.

كما أن الترويح المائى يتميز بالعديد من الخصائص التى تميزه عن غيره من أنواع الترويح، ومن أهم هذه الخصائص ما يلى:

- يعد من مناشط الترويح البدنى والرياضى التى تستخدم الوسط المائى أو الشواطئ فى أدائها، كما أنه يُعد من مناشط الترويح الخلوى نظراً لأنه يستفيد من المقومات الطبيعية فى أداء مناشطه فى الهواء الطلق.
- يتيح الفرص للممارسين أو المشاهدين لمناشطه للبعد عن مصادر التلوث البيئى والاستمتاع باستنشاق الهواء النقى والتمتع برؤية المناظر الطبيعية التى تتيحها المقومات الجغرافية والمناخية.
- يجلب السرور والمرح والسعادة إلى نفوس الممارسين لمناشطه نتيجة للتعبير عن الذات وتنمية الثقة بالنفس وإشباع الميل للمغامرة أو المخاطرة والإبداع فى الأداء، مما يؤدى إلى تحقيق التوازن النفسى لهم.

- يتيح الفرص لاختيار بعض أوجه نشاطه لممارستها وفقاً للقدرات البدنية التى يتميز بها المشارك فى أدائها ووفقاً لخصائصه النفسية والعقلية، وذلك إلى جانب إتاحة الترويح المائى الفرص للأفراد المقبلين على مشاهدة مناشطه أو أحداثه للاستمتاع بذلك.

- تتميز بعض مناشطه بالأمان كالألعاب المائية الهادئة والسباحة وصيد الأسماك والنزهات البحرية وحمامات الشمس، كما تتميز بعض مناشطه الأخرى بالمخاطرة والمغامرة كالانزلاق على الماء وركوب الأمواج وركوب الزوارق والدرجات البخارية المائية.

- يتيح الفرص للممارسين لمناشطه فى جميع المستويات الاقتصادية الإقبال عليها، إذ يمكن للمستويات الاقتصادية الأدنى ممارسة العديد من مناشطه كالسباحة، صيد الأسماك من على الشاطئ ، كرة الماء، النزهات البحرية ، وبعض الألعاب المائية، بينما يمكن للمستويات الاقتصادية الأعلى ممارسة صيد الأسماك بالغوص، التصوير تحت الماء، الانزلاق على الماء ، صيد الأسماك باستخدام القوارب ، ركوب الألواح الخشبية أو القوارب البخارية أو القوارب الشراعية أو الدراجات المائية.

ويمكن تحديد المستويات الأربعة التالية للمشاركة فى مناشط الترويح المائى، وهى:

- **المشاركة الابتكارية :** وهذا النوع من المشاركة يتيح للممارسين لمناشط الترويح المائى التفاعل والاندماج الكامل فى آداء النشاط والإبداع ، وذلك كما فى أداء مناشط الغطس أو الانزلاق على الماء أو التصوير تحت الماء أو السباحة التوقيعية أو أداء بعض الألعاب المائية.

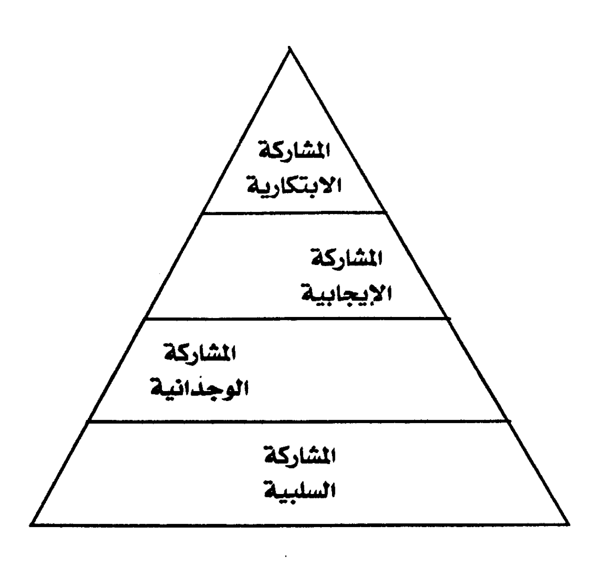
- **المشاركة الإيجابية :** وذلك النوع من المشاركة يتيح للممارسين لمناشط الترويح المائى المشاركة الفعلية وتأديتها بجدية بغرض تحقيق التنمية الذاتية، وذلك كما

فى أداء مناشط السباحة، التجديف ، صيد الأسماك، الدراجات المائية، كرة الماء.

- **المشاركة الوجدانية** : وهى تلك المشاركة التى تسمح للأفراد غير الممارسين لمناشط الترويح المائى بالاستمتاع بمشاهدة أحداثها، مما يدخل عليهم مظاهره السعادة والسرور، وذلك كالاستمتاع بالنزهات البحرية أو مشاهدة العروض أو المهرجانات المائية أو المسابقات أو المنافسات التى تتم فى هذا المجال.
- **المشاركة السلبية** : وهى تلك المشاركة التى تسمح للأفراد بالتأمل فى المناظر الطبيعية والاسترخاء على الشاطئ واستنشاق الهواء النقى والاستمتاع بالتعرض لحمامات الشمس.

وبذلك فإن المشاركة الابتكارية Creative Participation والمشاركة الإيجابية Active Participation والمشاركة الوجدانية أو العاطفية Emotional Participation والمشاركة السلبية Passive Participation تمثل المستويات الأربعة لممارسة مناشط الترويح المائى ومشاهدة أحداثه.

والشكل(١) التالى يوضح مستويات وحجم المشاركة فى مناشط الترويح المائى.



شكل (١)

المستويات الأربعة للمشاركة فى مناشط الترويح المائى

بعض المتغيرات المرتبطة بممارسة مناشط الترويح المائى

تتأثر ممارسة مناشط الترويح المائى بالعديد من المتغيرات المرتبطة بذلك، كنوع الجنس، السن، مستوى التعليم ، المستوى الاجتماعى والاقتصادى، الحالة الصحية، الحالة النفسية، الثقافة المرتبطة بالترويح المائى، الخبرات السابقة للممارسين ، الإعلان والتسويق، **وفيما يلى توضيحاً لأهم هذه المتغيرات:**

- **نوع الجنس :** تتأثر ممارسة مناشط الترويح المائى وفقاً لما تتميز به من عنصر المغامرة أو المخاطرة بتغير نوع الجنس ، ولذا فإن المناشط التى تتسم بذلك كالغوص والانزلاق على الماء وركوب الأمواج يميل إلى ممارستها الذكور عن الإناث، وبينما يفضل الإناث بعض المناشط المائية الأخرى التى لا تتسم بالمخاطرة كالسباحة وركوب الدراجات المائية وكرة الماء.



الأطفال يميلون إلى اللعب على الشاطىء والسباحة

وتُشير نتائج دراسات هونزيك Honzik (١٩٥١) إلى أن الذكور يميلون إلى اللعب العنيف أكثر من البنات، كما أنهم يبدون اهتماماً أكبر من البنات باللعب، وذلك بوجه عام.

كما توضح نتائج دراسة صالح عبدالله (١٩٩٠) أن مناشط الترويح المائى المفضلة لدى الذكور هى : السباحة، التجديف ، الغوص، الغطس، كرة الماء، صيد الأسماك، القوارب، اليخوت، التزحلق على الماء، الطيران المائى، الدراجات المائية، بينما الاستجمام على الشاطئ كان أكثر تفضيلاً لدى الإناث، فى حين أن النزهات البحرية كانت مفضلة لدى الجنسين ولكن دون وجود دلالة إحصائية.

- **السن** : تتأثر ممارسة مناشط الترويح المائى بالسن، وذلك نظراً لضرورة توافر عدد من عناصر اللياقة البدنية فى كل من يريد الاشتراك فى أدائها، وذلك كعناصر التوازن والرشاقة والتوافق العصبى العضلى والدقة والقوة والتى تُعد عناصر أساسية لممارسة أنواع متعددة من هذه المناشط.

وبوجه عام يُشير كل من جيرلسيد Jirlsid وتاش Tach (١٩٤٩) إلى أن زيادة الإقبال على المشاركة فى المناشط البدنية يتناقص بتقدم السن، بينما يزداد الإقبال على المشاركة فى المشى والتجوال مع التقدم فى السن.

كما دلت العديد من الدراسات العلمية على أن ممارسة المناشط البدنية تقل بين كبار السن، وبوجه خاص تلك الممارسة التى تتصف بالمخاطرة.

- **الحالة الصحية** : تُعد الحالة الصحية للممارسين لأوجه مناشط الترويح المائى من أهم المتغيرات التى قد تُزيد أو تعوق الممارسة، إذ أن تلك المناشط تتطلب أن يكون المقبلين على ممارستها من الأصحاء الذين يتمتعون بصحة جيدة، وبوجه خاص فيما يرتبط بالمناشط التى تتميز بالمخاطرة، وذلك إلى جانب

ضرورة أن يتوافر فيهم العديد من العناصر البدنية كالتوازن والقدرة على التحكم فى الأداء والرشاقة والمرونة.

- **الحالة النفسية:** ويُعبر عنها الخصائص الانفعالية التى يتميز بها الأفراد الذين يهتمون بالترويح المائى، فهؤلاء الذين يتميزون بالجرأة والإقدام يقبلون على ممارسة المناشط التى تُشبع لديهم الدافع للمخاطرة أو المغامرة، بينما الذين ينتابهم الخوف أو القلق من ممارسة تلك المناشط يترددون فى الإقبال عليها خوفاً من الإصابات أو التعرض للمخاطر.

- **الثقافة المرتبطة بالترويح المائى:** إذ أن المفاهيم الخاطئة المرتبطة بهذا النوع من الترويح تحد من إقبال الأفراد على ممارسة مناشطه بينما المدركين لأهميته يقبلون على أدائها للاستمتاع بها، ولذا فإن للثقافة فى هذا المجال دور هام فى تفهم أهمية الترويح المائى لحياة الإنسان، ومن ثم الإقبال على مناشطه، بينما الأمية المرتبطة بهذا المجال تعوق ذلك.

- **الخبرات السابقة:** تُعد من المتغيرات المرتبطة بممارسة مناشط الترويح المائى، حيث أن الخبرات السابقة الناجحة تتراكم وتؤدى إلى تطوير أداء الممارسين فى نوع النشاط الذى يميلون إلى الاستمتاع به فى وقت فراغهم، كما أن هذه الخبرات تحقق لهم الاستمرار فى ممارسة النشاط وتحقق لهم الرضا Satisfaction عن النجاح فى أدائه، وكذلك تؤدى إلى التحوّل من المشاركة الوجدانية إلى مرحلة المشاركة الإيجابية، أو التحوّل من تلك المرحلة إلى مستوى المشاركة الابتكارية.

كما أن تلك الخبرات الناجحة تقلل من خوف الممارسين لمناشط الترويح المائى من حدوث إصابات لهم فى أثناء أدائها أو الخوف من التغيرات المناخية المفاجئة نظراً لمواجهتهم للعديد من هذه المواقف من قبل والتغلب عليها نتيجة لتوافر رصيد كاف من الخبرات فى هذا الشأن.

- **مستوى التعليم** : أشارت العديد من الدراسات العلمية إلى أن التعليم له دور هام وتأثير فعال فى استثمار وقت الفراغ، وأنه يُزيد من فرص مشاركة الأفراد فى المناشط البدنية والرياضية، وكذلك ينمى الميل والرغبة فى المشاركة فى هذه المناشط.

كما أشارت نتائج الدراسات العلمية إلى أنه بالرغم من أن ممارسة السباحة لاتتطلب تكلفة مادية عالية، إلا أنها غير منتشرة بين ذوى الدخول المادية المنخفضة من ذوى التعليم المتوسط، بينما يُقبل على ممارستها ذوى الدخول المادية المرتفعة من ذوى التعليم الجامعى.

- **المستوى الاجتماعى والاقتصادى** :يُشير كل من ماكدونالد Mac Donald وماك جورى Mac Gurie وهافيجرست Havighurst (١٩٤٩) إلى أن مناشط الترويح تتأثر بكل من الناحية الكمية والكيفية بالمستوى الاجتماعى والاقتصادى، وذلك بوجه عام، كما أن كل من بوينتون Boynton ويانجWang يرى أن الذين ينتمون إلى مستوى اجتماعى واقتصادى راقٍ يفضلون فى وقت فراغهم ممارسة مناشط ذات تكلفة مادية، وذلك كالتنس والاسكواش والكروكيه وبعض أنواع الترويح المائى، بينما يفضل أقرانهم من المستويات الأدنى المناشط التى لا تتطلب نفقات مالية أو إمكانات مادية وفيرة.

- **الإعلان والتسويق** : وذلك من خلال حملة إعلانية بغرض زيادة الطلب على مناشط وخدمات ومشروعات الترويح المائى، مما يتطلب تحديد نوع وطبيعة الجمهور المراد مخاطبته وذلك وفقاً لنوع الجنس والمرحلة العمرية والمستويات التعليمية والاقتصادية والاجتماعية، حتى يمكن الاختيار الدقيق للمعلومات التى يتم تقديمها للجمهور المستهدف من تلك الحملة الإعلانية والتسويقية بغرض إقناعه بأهمية الترويح المائى لحياته، ومن ثم استثارة دافعيته واهتمامه بالمشاركة.

للترويح المائى العديد من التأثيرات البدنية والفسيولوجية والنفسية على المشاركين فى مناشطه المتعددة ، ومن أهم تلك التأثيرات ما يلى:

- التخلص من الوزن الزائد أو البدانة التى تنتج عن الإفراط فى تناول الطعام والنقص فى الحركة البدنية، وكذلك للمحافظة على الوزن المناسب وذلك وفقاً لنوع الجنس والسن للمشاركين فى ممارسة مناشطه.
- تنمية اللياقة البدنية والصحية وزيادة تكيف الجسم للمجهود البدنى ومقاومته للأمراض والانهيار البدنى فى سن الشيخوخة، مما يؤدى إلى إحساس المشاركين فى ممارسة مناشطه بالصحة والحيوية.
- الحد من التوتر النفسى والعصبى الناتج عن ظروف الحياة فى المجتمعات المعاصرة وذلك من خلال التعبير عن الذات وتفريغ الانفعالات المكبوتة، ومن ثم تحقيق الاسترخاء والتوازن النفسى للمشاركين فى مناشطه المتعددة.
- التقليل من النفقات العلاجية نتيجة للوقاية من العديد من الأمراض المرتبطة بزيادة وزن الجسم أو نقص الحركة أو بالتوتر النفسى أو العصبى، وكذلك نتيجة للاستمتاع بالهواء النقى فى بيئة بعيدة عن مصادر التلوث.
- إشباع الميل للمغامرة أو المخاطرة واستشكاف الحدود البدنية والنفسية للجسم وتنمية قدراته، وكذلك إشباع الحاجة إلى الحرية والتجديد فى أسلوب أو نمط الحياة اليومية للمشاركين فى مناشطه المتعددة.
- إشباع الدافع إلى التنافس مع الذات أو الغير أو الطبيعة ، وأدرك النجاح فى ذلك، مما يؤدى إلى زيادة الإقبال على ممارسة مناشط الترويح المائى.
- زيادة القدرة على الإنجاز وإثبات الذات ، وذلك من خلال تحقيق النجاح فى التجارب والخبرات التى يتم مواجهتها فى مواقف النشاط، مما يؤدى إلى

تنمية مفهوم الذات الإيجابية Self - Concept لدى الممارسين لمناشطه المتعددة.

- تنمية الثقة بالنفس والتحرر من الخوف نتيجة للمشاركة الناجحة فى مناشط الترويح المائى، ومن ثم تقدير الذات، وكذلك تقليل درجات التوتر والخوف والقلق التى يشعر بها الأفراد عند ممارستهم لمناشطه.
- تنمية العديد من المعلومات والمعرفة المرتبطة بمناشط الترويح المائى، وذلك كالمعلومات المرتبطة بنوع النشاط، والإمكانات اللازمة لممارسته، وعوامل الأمان والسلامة التى يجب مراعاتها فى أثناء أداء النشاط وكيفية الارتقاء بمستوى الأداء.
- إشباع الهواية مدى الحياة إذ أن العديد من مناشط الترويح المائى يمكن ممارستها وفقاً للمراحل العمرية المختلفة ، فهناك العديد من ألعاب الترويح المائى التى تناسب الأطفال، والألعاب التى تُشبع الميل إلى المغامرة أو المخاطرة لدى الشباب كالانزلاق على الماء والغوص وركوب الأمواج، ومناشط السباحة وصيد الأسماك التى تتوافق مع القدرات البدنية لكبار السن.
- تنمية التذوق الجمالى، وتقدير جمال الطبيعة والاستمتاع بمناظرها، وتعلم الحياة فى الخلاء ، والاستفادة المثالية من المصادر والعناصر المتوافرة فى الطبيعة فى ممارسة مناشط الترويح المائى.
- إيقاظ الإحساس بالحاجة إلى الطبيعة والاستمتاع بمناشط الخلاء، ومن ثم البحث عن ظروف أفضل للحياة لمواجهة الروتين اليومى الذى يتم مواجهته من قبل الأفراد، إذ أن الترويح المائى يبعد الأفراد عن حياة العالم الصناعى Monde Industrialisé ومتغيرات المدنية الحديثة ويقترب بهم من الطبيعة.
- تنمية الوعى بضرورة استثمار أوقات الفراغ وكذلك الاهتمام بالسياحة الرياضية لإشباع الدافعية نحو المشاركة فى مناشط الترويح المائى باعتبارها من أهم مناشط أوقات الفراغ والسياحة الرياضية.

تؤدى مناشط الترويح المائى إلى إيقاظ الإحساس بالحاجة إلى الطبيعة والاستمتاع بالمناشط المائية

وفى دراسة علمية قام بها صابر عمر (٢٠٠٢) عن تقويم مناشط الترويح المائى بالمشروعات السياحية فى مصر وذلك على (١٥٠) من الممارسين لمناشطه من المصريين والعرب وعلى (١٥٠) من هؤلاء الممارسين من جنسيات أخرى - بلغ عدد الذكور فى هذه العينة (٢٢٤) مبحوثاً بينما بلغ عدد الإناث (٧٦) مبحوثة - أشارت النتائج إلى أن دوافع ممارسة مناشط الترويح المائى تتناسب مع كل من استعدادات الأفراد وقدراتهم ، ومستوى أدائهم ، واحتياجاتهم ، وميولهم، واهتمامهم بالمغامرة والمنافسة وتأكيد الذات والاستمتاع بالطبيعة ، وكذلك بتوافر عنصرى التشويق والإثارة فى المناشط وعوامل الأمان والسلامة فى أثناء الممارسة ، مما يوضح أن مناشط الترويح المائى تُشبع العديد من الحاجات والدوافع لدى الأفراد أو الجماعات المهتمة بهذا النوع من الترويح .

وبذلك نرى أن للترويح المائى العديد من الفوائد التى توضح أهميته البدنية والصحية والنفسية والمعرفية فى تنمية المقبلين على الاستمتاع بمناشطه المتنوعة، وذلك إلى جانب تأثيره الاجتماعى الذى يهتم بتغلب الأفراد على ظاهرة العزلة الاجتماعية التى تسود المجتمع المعاصر من خلال تكوين علاقات وصداقات مع الآخرين من الأفراد والجماعات ، وبإشباع الحاجة إلى الالتقاء مع ذوى الميول والاهتمامات المشاركة ، وكذلك إشباع الميل أو الحاجة إلى اكتساب العديد من الخبرات الاجتماعية والتربوية وتنمية القيم الجمالية والأخلاقية.

كما أن الترويح المائى يُعد ظاهرة اجتماعية معاصرة تتولى الدفاع عن الفرد من متغيرات المجتمع التقنى والتى من أهمها نقص الحركة، والبدانة وزيادة وقت الفراغ غير المستثمر ، والتلوث البيئى، وكذلك وقايته من الأمراض العصرية المرتبطة بأمراض القلب والدورة الدموية وآلام المفاصل والمرتبطة بالأمراض النفسية الناتجة عن تلك المتغيرات.

ومن ثم فإن المشاركة فى مناشط الترويح المائى تؤدى إلى تنمية وتطوير صحة الفرد، وتحقيق السعادة له، كما تبعث فيه روح التفاؤل ، وتثرى حياته ، وتحقق له حياة أفضل من خلال المساهمة فى تنميته بدنياً ونفسياً وعقلياً واجتماعياً.

أهم التحديات التى تواجه الترويح المائى

يواجه الترويح المائى العديد من المعوقات أو التحديات التى تحول دون انتشاره بالكيفية المرجوة وتحقق النجاح لمناشطه ، ومن ثم عدم تحقيق الأهداف التى ينشدها، ومن أهم هذه المعوقات أو التحديات ما يلى:

- عدم اهتمام وسائل الاتصال الجماهيرى بالدعاية والإعلام عن الترويح المائى، مما يؤدى إلى عدم إدراك العديد من المواطنين بقيمته، وانتشار الأمية المرتبطة بمناشطه ، ومن ثم عدم تكوين اتجاهات إيجابية لديهم نحو الاستمتاع بها ، أو تكوين مفاهيم خاطئة عن هذا النوع من الترويح.
- عدم اهتمام الدول النامية بمشروعات الترويح المائى نتيجة لعدم سماح ميزانياتها بتوفير المال اللازم لإقامتها، وذلك نظراً للمشكلات الاقتصادية التى تواجه هذه الدول، أو نتيجة لرصد الأموال لمشروعات أخرى ذات أولوية كالمشروعات المرتبطة بمجالات التعليم أو الصحة أو الصناعة أو الزراعة، أو تلك المرتبطة بتوفير البنية الأساسية للدولة.
- عدم الاهتمام بتحديد وتوصيف المناطق السياحية للتعرف على نوع مناشط الترويح المائى المناسبة لكل من هذه المناطق وفقاً لما تتميز به من مقّومات جغرافية ومناخية، ومن ثم عدم الاستفادة من تلك المقومات فى جذب المواطنين للاستمتاع بمناشط الترويح المائى.
- النقص الهائل فى توافر مشروعات الترويح المائى بالكم والكيف المطلوب ، وكذلك النقص فى توفير التجهيزات والتسهيلات الضرورية لممارسة المناشط

المختلفة لهذا النوع من الترويح ، مما يؤثر بالسلب على انتشار برامج الترويح المائى.

- ارتفاع أسعار التكلفة المرتبطة بممارسة أو مشاهدة مناشط الترويح المائى أو للاستفادة من الخدمات التى تقدمها مشروعاته، وذلك نتيجة ارتباط هذه التكلفة بنوع النشاط المائى وبوقت الممارسة، أو بقيمة الاشتراك للاستمتاع بالهواء النقى ومشاهدة المناظر الطبيعية والاستمتاع بالشاطىء أو مشاهدة الألعاب والرياضات المائية.

- عدم مراعاة البرامج التى تقدمها مشروعات الترويح المائى لحاجات وميول واهتمامات وقدرات الأفراد من مختلف الفئات الاجتماعية والمراحل السنية، مما يؤدى إلى العزوف عن المشاركة فى مناشطها، إذ أن تلك المتغيرات تُعد أساسية فى استثارة دافعيتهم للمشاركة فى مناشط البرامج المقدمة.

- عدم تنوع البرامج بمشروعات الترويح المائى بما يسمح بأن تكون مصدراً للجذب السياحى لهذا النوع من الرياضة الذى يمكن ممارسة مناشطه طوال العام.

- عدم توافر القيادة المتخصصة فى مجال الترويح المائى بالكم أو الكيف المناسب مما يؤدى إلى تخوّف الأفراد من ممارسة مناشطه أو عدم تعلمها نتيجة عدم الثقة فى القيادات المتوافرة أو غير المعدة مهنياً بطريقة مناسبة ، وبالتالى يتم تقلص كم الطلب Demande على مناشطه.

- عدم الاستفادة من القيادات المتطوعة فى الإشراف على تنفيذ برامج الترويح المائى التى تقدمها المشرعات المعنية بذلك، ومن ثم عدم الاستفادة من ذوى الخبرة والموهبة ومن لهم القدرة على العطاء فى هذا المجال، مما يؤدى إلى عدم تقديم تلك البرامج بشكل مناسب.

- عدم الاهتمام بإجراء البحوث العلمية فى مجال الترويح المائى عن طريق الهيئات المسئولة عن السياحة الرياضية ، مما يؤدى إلى عدم التعرف على العديد من المعايير العلمية والوسائل التى يمكن من خلالها مواجهة تلك التحديات.

- عدم التنسيق بين الهيئات أو المشروعات الحكومية والأهلية فى بحث العديد من الموضوعات والقضايا المرتبطة بالترويح المائى، مما يؤدى إلى عدم توفير بيئة صالحة للتعاون فيما بينها، ومن ثم يؤثر ذلك على عدم الدعم الإيجابى المتكامل للترويح المائى.

- عدم تكامل الجهود التسويقية الموجهة لسوق سياحة الترويح المائى وعدم اتباع الأساليب العلمية الحديثة للدعاية والترويج لهذا النوع من السياحة الرياضية بغرض تدعيمه وانتشاره فى المجتمع.

- خوف نسبة مرتفعة من المواطنين من الإصابات التى قد تلحق بهم فى أثناء ممارسة مناشط الترويح المائى، وذلك نظراً لتوافر عنصر المغامرة أو المخاطرة فى هذه المناشط، أو نتيجة للخوف من الوسط المائى الذى تتطلبه ممارسة مناشطه لعدم الدراية بكيفية الإنقاذ من الغرق، أو الخوف من التعرض للدوامات المائية أو لأذى بعض الكائنات البحرية.

- التغيرات المفاجئة التى تحدث فى حالة الطقس بوجه خاص أو سوء الأحوال الجوية بوجه عام، مما يؤثر بالسلب على ممارسة مناشط الترويح المائى لعدم مناسبة المناخ الجوى لذلك.

وفى دراسة علمية قام بها صابر عمر (٢٠٠٢) عن تقويم مناشط الترويح المائى بالمشروعات السياحية فى مصر، أشارت النتائج إلى أهم معوقات ممارسة مناشط الترويح المائى بالمشروعات السياحية فى مصر ، وهى:

- ارتفاع أسعار تعليم مناشط الترويح المائى.
- ارتفاع تكلفة الإقامة فى تلك المشروعات السياحية التى تقدمها القرى أو الفنادق السياحية.
- ارتفاع تكلفة ممارسة بعض مناشط الترويح المائى.
- عدم توافر عوامل الأمان والسلامة لممارسة مناشط الترويح المائى.
- ارتفاع أسعار الدخول إلى الشواطئ والقرى السياحية.
- عدم توافر مدارس لتعليم بعض أنواع مناشط الترويح المائى .
- عدم وجود العديد من التجهيزات للاستمتاع بمناشط الترويح المائى فى القرى والفنادق السياحية.
- الخوف من الإصابة فى أثناء ممارسة مناشط الترويح المائى.

وفى الندوة التى نظمتها لجنة سياسات النقل باتحاد الغرف السياحية فى سبتمبر (٢٠٠٠) بعنوان «سياحة الرحلات السريعة بين الفرص والتحدى» تم التأكيد على التزايد المستمر فى حجم وأهمية سياحة الرحلات البحرية السريعة فى منطقة البحر الأبيض المتوسط، وأن نصيب مصر من هذا النوع السياحى لا يتناسب مع مقوماتها وإمكاناتها السياحية، وذلك نتيجة للمعوقات التالية:

- عدم وجود بيانات إحصائية دقيقة عن سياحة الرحلات السريعة فى جمهورية مصر العربية.
- عدم وجود نشاط تسويقى وإعلامى عن هذا النوع من السياحة من قبل المكاتب السياحية المصرية فى الخارج.

- ارتفاع تكاليف عبور البواخر السياحية للموانئ المصرية عن مثيلاتها من موانئ البحر الأبيض المتوسط، وذلك بالرغم من التخفيضات التى أقرتها الحكومة المصرية فى ذلك الشأن.
- سوء حالة الأرصفة الحالية بالموانئ البحرية وقصور وسائل عبور السائحين من البواخر إلى تلك الأرصفة.
- تعقد الإجراءات الجمركية التى يتعرض لها سائح الرحلات البحرية السريعة.

وفى دراسة علمية قامت بها تهانى خورشيد (١٩٩٣) عن التنمية السياحية فى محافظة البحر الأحمر بالتطبيق على إحدى مناطق ساحله الغربى ، أشارت النتائج إلى أهم المعوقات التى تواجه المشروعات السياحية فى محافظة البحر الأحمر، وهى:

- عدم تقديم خدمات متميزة ومتنوعة للمترددين على المشروعات السياحية فى محافظة البحر الأحمر.
- نقص فى البنية الأساسية التى تخدم إقامة المشروعات السياحية فى محافظة البحر الأحمر.
- نقص فى الموازنة المالية للمشروعات ، ومن ثم عدم قدرة تلك المشروعات على تقديم خدماتها وتغطية احتياجاتها ، بالمستوى المقبول عالمياً.
- عدم توافر العمالة المدربة بهذه المشروعات السياحية.
- المغالاة فى أسعار الخدمات المقدمة للمترددين على هذه المشروعات.

وفى دراسة علمية قامت بها فاطمة هانم على (١٩٩٢) عن مكانة السياحة الرياضية من السياحة(*) بجمهورية مصر العربية، أفادت النتائج أن السياحة الرياضية تواجه قصوراً فى كل من المجالات التالية :

- الخدمات التى تقدم لأفراد أو جماعات السياحة الرياضية.
- البرامج المرتبطة بالتنشيط السياحى للرياضة.
- الاتفاقات السياحية الرياضية بين الدول أو الهيئات المسئولة عن ذلك.
- استثمار الموارد الطبيعية والمنشآت الرياضية فى الجذب السياحى.
- إعداد القيادات المؤهلة فى مجال السياحة الرياضية.
- دور الإعلام فى التعريف بهذا النوع من السياحة من خلال وسائله المتعددة.
- التقويم فى مجال السياحة الرياضية للاستفادة من نتائجه فى تطوير هذا المجال.
- تنشيط السياحة الرياضية على المستويين الدولى والمحلى.

وفى دراسة علمية قام بها صالح عبدالله (١٩٩٠) لتقويم مناشط الترويح المائى بالمشروعات السياحية فى دولة الكويت، أشارت النتائج إلى أهم المعوقات السياحية المرتبطة بالترويح المائى، وهى:

- سوء الأحوال الجوية التى تعانى منها دولة الكويت.
- ارتفاع تكاليف ممارسة مناشط الترويح المائى بالمشروعات السياحية مما يقلل من إقبال الأفراد على أدائها.

(*) يُعد الترويح المائى من أهم عوامل الجذب للسياحة الرياضية وأحد عناصرها الرئيسية.

- ارتفاع تكاليف الاشتراك فى المشروعات السياحية ، وكذلك ارتفاع تكاليف الإقامة بهذه المشروعات.

- عدم توافر مدارس متخصصة فى تعليم مناشط الترويح المائى وذلك بالمشروعات السياحية.

- عدم اهتمام وسائل الإعلام المختلفة بالدعاية الكافية لمناشط الترويح المائى.

- عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين أفراد عينة الدراسة من المترددين على المشروعات من الكويتيين وغير الكويتيين فى آرائهم نحو المعوقات السياحية لمناشط الترويح المائى بالمشروعات السياحية بدولة الكويت.

وفى دراسة علمية قام بها ولف فيرك Wolf Vierch (١٩٨٩) عن منتزه Wonder Splash المائى بإنجلترا ، أشارت النتائج إلى أن أهم المعوقات التى تواجه المنتزه فى أيام التدفق السياحى عليه، ما يلى:

- اشتداد المنافسة بين المنتزه والمنتزهات المائية الأخرى القريبة منه فى مجال مناشط الترويح المائى.

- وقوع التقلبات المناخية المفاجئة خلال أوقات التدفق السياحى على المنتزه مما يؤدى إلى سوء الأحوال الجوية وعدم الاستمتاع بمناشط الترويح المائى.

- ارتفاع تكلفة تشغيل الأجهزة والأدوات الحديثة فى مجال الترويح المائى مما يزيد من الأعباء الواقعة على الممارسين نتيجة المشاركة فى مناشطه، ومن ثم يؤدى ذلك إلى تقليل زيادة الطلب عليها.

- خوف المترددين على المنتزه من ممارسة مناشط الترويح المائى نتيجة لما يقرءوه فى الصحافة عن الحوادث التى تقع لبعض الأفراد نتيجة لممارستهم لهذه المناشط.

وفى دراسة علمية قام بها صبرى عبدالسميع (١٩٨٦) عن تقويم كفاءة أداء القطاع السياحى فى مصر أشارت النتائج إلى أهم المعوقات التى ترتبط بالترويح المائى، وهى:

- البواخر النيلية التى تعمل كفنادق عائمة ليست على مستوى الممتاز من حيث التجهيز والتأمين والسلامة، كما أنها ليست بالكم المناسب لعدد السائحين القادمين إلى مصر، ومن ثم فإنها لا تمثل الطلب الحقيقى عليها لنقص عددها وارتفاع أسعارها.
- عدم الاستفادة من نهر النيل بطريقة مثلى فى السياحة النهرية ، وكذلك عدم الاهتمام بشواطئه وتعميق مجراه الملاحى بالإضافة إلى عدم توفير المراسى والموانئ البحرية، وإقامة الاستراحات المجهزة على ضفاف نهر النيل بهذه الطريقة.
- نقص الخدمات السياحية المرتبطة بتوفير المناطق السياحية غير الملوثة.
- نقص اللوحات الإرشادية المكتوبة باللغة العربية.
- سوء الخدمات المصرفية والنقدية.
- سوء خدمات وسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية.

وبذلك يتضح أن الترويح المائى يواجه العديد من التحديات التى تعوق تحقيق أهدافه بالكيفية المرجوة ، وهذه التحديات أو المعوقات مرتبطة بعدم اهتمام الدول النامية بمشروعات الترويح المائى وكذا وسائل الاتصال الجماهيرى، وعدم الاهتمام ببناء البرامج وإعداد العاملين فى المجال وفقاً للمعايير ونتائج البحوث أو الدراسات العلمية. كما أن عدم الاهتمام ببناء استراتيجيات للتسويق وفقاً لمبادئ الإدارة العلمية وعدم وعى الأفراد والجماعات بأهمية ممارسة مناشط الترويح المائى أو تخوفهم من الإصابة أو من التغيرات المناخية المفاجئة وكذلك سوء الخدمات المقدمة للمترددين على مشروعات الترويح المائى وارتفاع تكلفة المشاركة فى بعض مناشطه، إنما تعد من التحديات أو المعوقات التى تواجه مجال الترويح المائى.

كيفية الارتقاء بالترويح المائى

لمواجهة التحديات التى تواجه الترويح المائى فإنه يجب مراعاة العديد من النقاط الهامة التى تسمح بذلك، وتؤدى إلى تطوير هذا المجال والارتقاء به، وأهم هذه النقاط ما يلى:

- مراعاة اشتراطات المحافظة على البيئة وحمايتها من التلوث من أجل توفير بيئة صحية للممارسين لمناشط الترويح المائى وزيادة اطمئنانهم إلى المصادر الرئيسية التى تعتمد عليها الخدمات المقدمة من المشروعات المائية.
- بناء استراتيجية لتدعيم حركة الاهتمام بالترويح المائى تتضمن دراسة كل عناصر ومقوّمات النجاح فى هذا المجال، مراعياً فى ذلك العديد من المتغيرات الاقتصادية للدولة والمتغيرات الاجتماعية والثقافية المرتبطة بالمواطنين والمتغيرات الجغرافية والمناخية المرتبطة بالبيئة.
- تدعيم مفهوم الترويح المائى فى فكر المواطنين من خلال الاهتمام بالبرامج التعليمية التى تقدمها كل من المؤسسات التعليمية ووسائل الإعلام والاتصال الجماهيرى، وذلك لتنمية اتجاهات إيجابية لديهم نحو الاستمتاع بمناشطه.
- العمل على بناء البرامج التى تسهم فى إعداد القادة المهنيين المتخصصين فى مجال الترويح المائى، وذلك وفقاً لأحدث الأساليب العلمية لتنمية جوانبهم المعرفية والمهارية والسلوكية حتى يمكنهم القيام بالمهام الموكولة إليهم بكفاءة.
- الاهتمام بالدراسات العلمية التى تهتم باستطلاع آراء المواطنين فى جميع المراحل العمرية من الجنسين حول العزوف عن المشاركة فى برامج الترويح المائى، والاستفادة من نتائج هذه الدراسات فى بلورة أفكار مناسبة للتغلب على دوافع عدم المشاركة.

- الاهتمام بالدراسات العلمية التى تتناول بالبحث وضع المشروعات المائية وطرق تطويرها وكيفية جذب المواطنين للاستفادة من خدماتها لتوسيع دائرة زيادة الطلب عليها، وكذلك الاهتمام بالدراسات التى تفيد نتائجها فى تفعيل التسويق للخدمات التى تقدمها هذه المشروعات.
- مساهمة الدولة بتقديم العديد من التسهيلات للمستثمرين فى هذا المجال لبناء القرى السياحية أو المشروعات التى تهتم بتقديم برامج ومناشط للترويح المائى، مما يؤدى إلى التوسع فى تقديم خدمات متنوعة فى هذا المجال.
- اهتمام المشروعات السياحية بتصميم وتنفيذ برامج الترويح المائى ومراعاة تنوع مناشطها وذلك حتى تتمشى مع الظروف الاقتصادية للمواطنين والظروف الجغرافية والمناخية السائدة فى البيئة التى يتم إقامة تلك المناشط بها.
- مراعاة أن تتوافر للترويح المائى كل عوامل الأمان والسلامة كمراعاة أن يكون الوسط الذى يستخدم فى ممارسة بعض مناشط الترويح المائى هادئ الأمواج وهادئاً فى عمليات المد والجزر ، وذلك حتى لا يتم جرف الأفراد الذين يمارسون السباحة أو ركوب القوارب إلى داخل هذا الوسط المائى. كما يجب مراعاة أن رياضة الغطس تتطلب مياه صافية خالية من الكائنات البحرية Wild Life ، وكذلك رياضة القوارب تتطلب وسطاً مائياً هادئاً، بينما رياضة ركوب الأمواج Surfing تحتاج إلى شواطئ ذات أمواج غير خطرة ووجود شاطئ رملى.

ويتحقق الارتقاء بالترويح المائى من خلال إسهامات المجتمع والتعاون الدولى فى هذا المجال ، وفيما يلى توضيحاً لدور المجتمع نحو الترويح المائى وأهمية التعاون الدولى فى هذا المجال.



يجب تعاون الدولة والمستثمرين فى بناء القرى والمشروعات السياحية فى مجال الترويح المائى

للمجتمع دور هام فى تدعيم مشروعات الترويح المائى وتنمية الثقافة نحو مناشطه وتكوين الاتجاهات الإيجابية نحو ممارستها، ولذا فإن للمجتمع العديد من المسئوليات التى يجب أن يضطلع بها لتدعيم الترويح المائى، ومن أهمها ما يلى:

- التأكيد على أن تكون السياحة الشاطئية جزءاً من السياسة الاقتصادية والتنموية للدولة وأن تعمل على حماية ممتلكات المستثمرين فى هذا المجال للارتقاء بالترويح المائى.
- بناء استراتيجية لنشر برامج الترويح المائى وتوفير الظروف المناسبة لكل من المراحل العمرية لممارسة مناشطها دون قيود ، مع الاهتمام بوجه خاص بالمعاقين والمرضى.
- الاستفادة من الإمكانات المحلية المتوافرة فى البيئة المحيطة ومما توفره الطبيعة من شواطئ ومصادر مائية ، وذلك لتنشيط حركة الترويح المائى.
- سن المؤسسات التشريعية للقوانين المحافظة على المحميات الطبيعية والمحافظة على المظهر الجمالى للأنهار وحماية الشواطئ من التآكل نتيجة عوامل التعرية وترميم المناطق التى تحتاج لذلك.
- إصدار قوانين ترمى إلى استخدام وتطوير المصادر المائية (البحار، الأنهار، البحيرات) والتأكيد على ضرورة توفير المسطحات المائية الصالحة للاستخدام ووضع الضوابط التى تحقق ذلك، وكذلك لحماية الشواطئ من التآكل نتيجة لتدفق واندفاع المياه على حافتى أو جانبى المجرى المائى.
- إصدار قانون يتم بموجبه إنشاء صندوق للمحافظة على المصادر المائية والشواطئ مع تحديد مصادر تمويل هذا الصندوق ، والتى قد تكون من المصادر التالية:

- الرسوم المالية التى يدفعها الممارسين لمناشط الترويح المائى أو للاستمتاع بها.
- الرسوم المالية التى تدفع من قبل البواخر التجارية نتيجة استخدامها للمسطحات المائية للتنقل بين الموانئ البحرية.
- الضرائب التى يتم تحصيلها من القرى السياحية أو المشروعات البحرية أو الأندية البحرية أو أندية الرياضات المائية التابعة للقطاع الخاص (رأس المال الحر).
- الضرائب المقررة على بيع الأراضى للمستثمرين أو رجال الأعمال لإقامة مشروعات تجارية عليها.
- الإعانات والهبات التى تخصص للمشروعات المائية من قبل الأفراد أو الهيئات القومية أو المنظمات الدولية.

- التخطيط للمشروعات القومية التى تهتم بتوفير كافة التسهيلات الضرورية لممارسة مناشط الترويح المائى وتزويد مناطق الممارسة بالمرافق الأساسية، مما يستلزم توفير الحكومات بوجه عام والهيئات المسئولة عن تنشيط السياحة فى الدولة للدعم المادى المطلوب لتنفيذ الخطط والمشروعات والبرامج المرتبطة بالترويح المائى.
- توجيه وسائل الاتصال الجماهيرى للدعاية والإعلام عن الترويح المائى لتوضيح أهميته وأنواع مناشطه وطرق تعليمها، ومن ثم تنمية الثقافة بهذا المجال.
- التخطيط العلمى لبرامج الترويح المائى وفقا للظروف الجغرافية والمناخية التى تسود المجتمع، ووفقاً للظروف الثقافية والاقتصادية للمواطنين.

- العمل على نشر نتائج الدراسات والبحوث العلمية التى تؤكد على دور برامج ومناشط الترويح المائى كوسائل مكملة ومؤهلة لطرق العلاج الطبى أو لوسائل العلاج الطبيعى فى العديد من الأمراض أو الإصابات أو الإعاقات.

- اهتمام كليات التربية البدنية والرياضة ومعاهد إعداد القادة بتأهيل القيادات العاملة فى مجال الترويح المائى، وذلك من الناحية المهنية للعمل فى مجال التدريب أو الإدارة.

- التأكيد على ضرورة الاهتمام بالترويح المائى لمعالجة العديد من الإصابات والأمراض فى المستشفيات ومراكز التأهيل وذلك كنوع من تأهيل مفاصل الجسم للعودة إلى حالتها الطبيعية أو لتحسين أدائها الوظيفى، إذ تعتبر الرياضات المائية من أهم مناشط الترويح العلاجى.

- الاهتمام من قبل الدولة والمستثمرين بإقامة مشروعات لتصنيع المعدات والتجهيزات المرتبطة بالترويح المائى لتوفيرها للسوق المحلى بأسعار مناسبة.

- **الاهتمام بتوفير كل من العناصر الآتية :**

  - رسم خريطة اقتصادية للمشروعات الاستثمارية المطلوبة للترويح المائى ، على أن يشارك فى إعدادها رجال الأعمال، وأن يساهم فيها المستثمرين المصريين والأجانب برؤوس أموال مشتركة، مع مراعاة توفير نظام للمعلومات والبيانات ونتائج الدراسات العلمية المرتبطة بنوع المنتج المراد تسويقه فى مجال هذا النوع من الترويح، وكذلك ضرورة الاستعانة بالخبراء المتخصصين فى التسويق.

  - الخدمات التى توفر الراحة للمترددين على مشروعات الترويح المائى كإقامة الحدائق ومعارض الزهور، والمطاعم والكافتيريا ، ومراكز للاستعلام عن

استفساراتهم عن أى تساؤلات لهم، ومراكز للاتصالات وللبنوك وللتسويق Shopping Center ، ووحدات طبية لتقديم الرعاية للمترددين على هذه المشروعات، وكذلك توفير مساحات لانتظار وسائل الانتقال Parking .

- الناحية الجمالية للشواطئ وإزالة التعديات عليها وتطهير مجرياتها المائية.
- الأندية البحرية وتيسير عملية الاشتراك فى عضويتها برسوم معتدلة ، وذلك لتوفير برامج الترويح المائى للأعضاء بها لممارستها أو الاستمتاع بمشاهدتها، وكذلك تجهيز حمامات السباحة داخل المدن وخارجها والعمل على توفير الصيانة لمرافقها، والاهتمام بتوفير الدعاية لها.
- مدارس بالمشروعات والقرى السياحية التى تقيمها الدولة بغرض تعليم مناشط الترويح المائى للأفراد المترددين عليها، وذلك لزيادة الطلب على تلك المناشط.
- مراسى بحرية لممارسة رياضات اليخوت والتجديف، وتخصيص وتجهيز أماكن للانزلاق على الماء والغوص والصيد والسباحة والألعاب المائية، وكذلك توفير العديد من أبراج المراقبة على الشاطئ لمتابعة حركة الممارسين لمناشط الترويح المائى، والتدخل السريع من قبل المنقذين عند تعرض أحدهم لأى من المخاطر.
- توفير وسائل الأمان والسلامة فى مناطق الترويح المائى، كبعض الأدوات أو الأجهزة المرتبطة بذلك، وبعض احتياجات الإسعافات الأولية، وتزويد مناطق الممارسة ببعض اللوحات الإرشادية التى تحذر من المخاطر التى قد تحدث فى أثناء الممارسة نتيجة لجهل الممارسين بهذه الإرشادات، وكذلك توفير الأمان للبواخر والفنادق العائمة ومراكز الخدمة المرتبطة بهذه البواخر والفنادق.

- أعداد مناسبة من المدربين والمشرفين على تنفيذ برامج الترويح المائى، وكذلك توفير المنقذين والعمالة المؤهلة لتحقيق أهداف المشروعات المائية ورغبات المترددين عليها.
- مراكز للاستشفاء التى تعتمد على المصادر المائية المحتوية على معادن الكبريت أو الكالسيوم لاستخدامها فى معالجة بعض الأمراض Hydropathic Treatment، وهو ما يعرف بالعلاج المائى.
- التقويم العلمى والدائم للأضرار المتوقع حدوثها للبيئة والعمل على معالجتها فى الوقت المناسب، وذلك حتى لا تزداد سوءاً على المدى الطويل إذا ما تم إهمال حماية تلك البيئة.

- فرض الرقابة من قبل الأجهزة المعنية بالدولة على المشروعات والبرامج التى تديرها مؤسسات الترويح المائى غير الخاضعة لإدارة الدولة والتى تتبع أنظمة الاستثمار الحر (القطاع الخاص) وذلك للتأكد من نوعية وجودة الخدمات التى يتم تقديمها للجمهور.
- تقنين الضرائب المقررة على مشروعات الترويح المائى وفقاً لنوع الخدمات والبرامج التى تقدم للمستفيدين منها.
- تشجيع العديد من الشركات للعمل على توفير معدات الترويح المائى وتجهيزاته، ومن أمثلة تلك الشركات التى تتواجد فى مصر ، مايلى:

- شركة STAR للتجارة والهندسة التى تهتم بتوفير المعدات والأدوات الرياضية الحديثة من رياضات الغطس والانزلاق على الماء والقوارب البحرية ذات المحرك والألواح الشراعية والقوارب الشراعية ، وذلك بالتعاون مع الشركات التالية:

* شركة GLASTRON الأمريكية لإنتاج القوارب التى تتميز بتصميمها الداخلى الذى يعتمد على الفيبر جلاس والبلاستيك بدلاً من الخشب، مما يزيد من صلابتها وسرعتها ويوفر فى استهلاك الوقود ، وهذه القوارب تُستخدم فى الرياضة والانزلاق على الماء.

* شركة HOBIE CAT الأمريكية لإنتاج القوارب الشراعية التى تتميز بالسرعة الفائقة وخفة الوزن.

* شركة OBRIEN الأمريكية لإنتاج معدات الانزلاق على الماء كالزلاقات، بدل الانزلاق على الماء، جاكيت النجاة، ألواح الانزلاق، العوامات.

* شركة WAHOOL الأمريكية لإنتاج قوارب الصيد والغطس والإنقاذ، وتتميز هذه القوارب بأنها مكونة من جزئين من الهياكل المجمعة عن طريق حقن الفراغ بينهما بنظام FOAM SANDUWICH ليكونا جسما واحدا، مما يجعل القارب يتميز بالصلابة الفائقة ويكون غير قابل للغرق.

* شركة HYFLY الألمانية لإنتاج الألواح الشراعية التى تصل سرعتها إلى أكثر من أربعين ميل فى الساعة.

- شركة التجارة للمعدات البحرية التى تقوم باعتبارها وكيلاً لكثير من الشركات الأجنبية المتخصصة فى هذا المجال بتوفير المعدات البحرية بأسعار مناسبة لمراكز وورش صناعة السفن، تشجيعاً منها لتطوير هذه الصناعة فى مصر ، والشركات التى تمثلها هى:

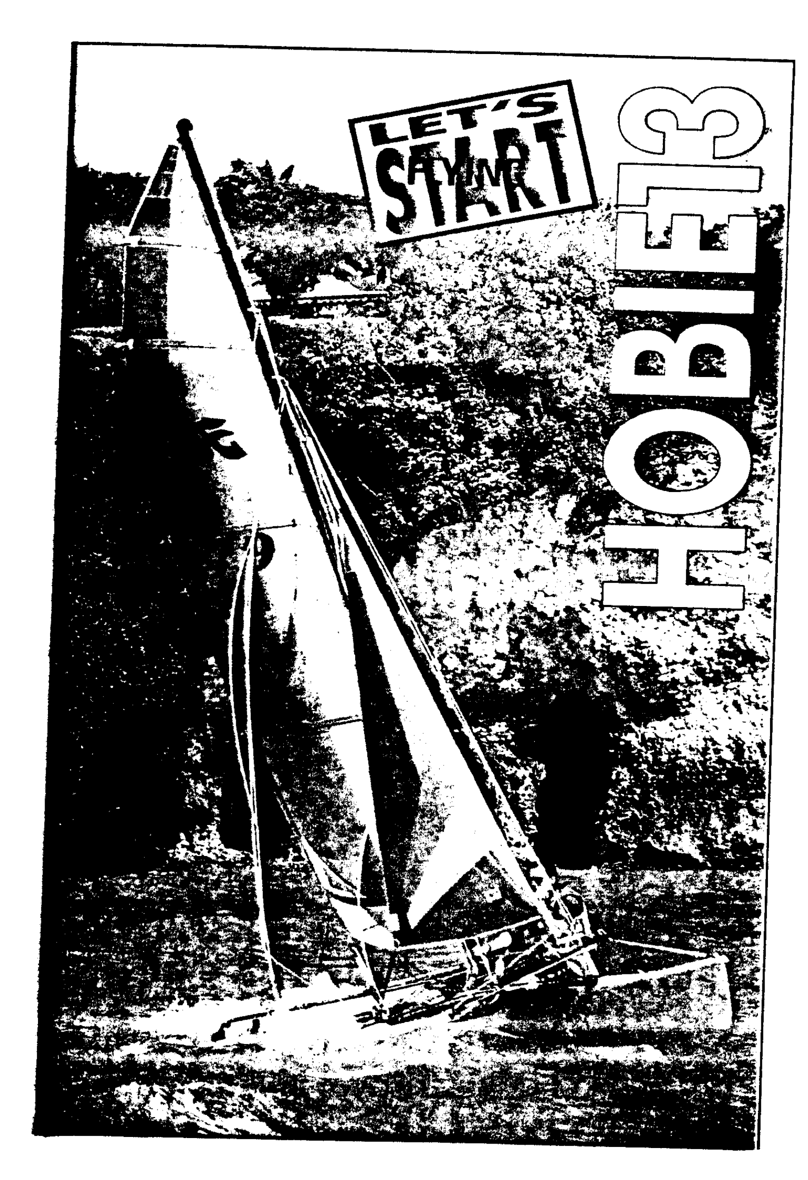
  * شركة WESTER BEKE الأمريكية لصناعة المولدات البحرية.

  * شركة KEBELT الكندية لصناعة جهاز توجيه الدفة.

* شركة RARITAN الأمريكية للطلمبات ونظم الصرف الصحى.
* شركة JABSCO الأمريكية لصناعة الطلمبات.
* شركة EXALTO الهولندية لصناعة الرفاصات والأعمدة ولوازمها.
* شركةHMMINBIRD الأمريكية لصناعة أجهزة اللاسكى وقياس الأعماق.

- شركة GENTRLEX - MARINE HORIZON التى تقوم بتمثيل العديد من الشركات الأجنبية العالمية فى المجال البحرى، وهى متخصصة فى توريد وتركيب وصيانة أرقى وأجود المعدات والأجهزة البحرية والإلكترونية والميكانيكية ، وذلك بغرض توفير احتياجات السوق المحلى من الأجهزة والمعدات البحرية وكل ما يستحدث منها، وتُعد هذه الشركة الوكيل فى جمهورية مصر العربية لكل من الشركات التالية :

* شركة SI - TEX الأمريكية لإنتاج أجهزة قياس الأعماق والبحث عن الأسماك والأجهزة اللاسلكية البحرية.
* شركة SILVA MARIN السويدية لإنتاج التوصيلات البحرية وأجهزة قياس السرعة والمسافة.
* شركة ALDEN ELECTRONICS الأمريكية لإنتاج أجهزة الفاكس ميل FAX MAIL المستقبلة لخرائط الطقس.
* شركة MICROPHOR الأمريكية لإنتاج أنظمة معالجة الصرف على السفن، وطلمبات بحرية، وأجهزة فصل الزيوت.
* شركة MUNSTER SIMMS البريطانية لإنتاج الطلمبات البحرية.
* شركة FANATIC SPORT الألمانية لإنتاج الألواح الشراعية WIND SURFS.



تهتم شركة HOBIE CAT بإنتاج القوارب الشراعية

وذلك إلى جانب تمثيل الشركة للعديد من الشركات العالمية لإنتاج الموتوسيكلات المائية JET SKIING ، والقوارب ذات المحركات MOTOR BOATING، ومولدات الطاقة بالرياح WIND GENERATORS ومعدات وأدوات للسلامة البحرية ، وبدل للوقاية من الحريق.

- نادى الرياضات المائية الذى يعد وكيلا لشركة JET FLOT للأرصفة العائمة وبه أول مارينا متكامل للنشات لخدمة رواد حدائق قصر المنتزه بالاسكندرية، كما أنه يُعد أول مركز متكامل لممارسة رياضة الغوص والانزلاق على الماء والزوارق والألواح الشراعية والجريات المائية.

وفى دراسة عن قطاع السياحة فى مصر The Tourism Sector in Egypt (٢٠٠٢) قامت بها الغرفة الأمريكية للتجارة فى مصر حول السياحة المصرية، أشارت تلك الدراسة إلى أهم التوصيات التالية لتفعيل دور القطاع السياحى فى التنمية الاقتصادية ومن ثم زيادة الموارد من النقد الأجنبى فى مصر ، وهى:

- ضرورة استهداف الأسواق المميزة أو الجديدة من خلال فتح أسواق جديدة للسياحة فى دول معينة أو من خلال تقديم خدمات سياحية متميزة مثل مشاهدة الطيور أو الغطس.
- تقليل البيروقراطية فى إجراءات الحصول على رخصة أو تسجيل هيئة سياحية من خلال تطوير جهاز أو إنشاء هيئة جديدة لتكون مسئولة بمفردها عن منح هذا النوع من الرخص.
- تسهيل تمويل البنوك بالدولة لمشروعات التنمية السياحية.
- إقامة مؤسسات مالية متخصصة فى تقديم القروض اللازمة للمشروعات الاستثمارية فى مجال السياحة.

- استشارة وزارة السياحة فى كل القرارات المرتبطة بفرض زيادة فى الرسوم أو الضرائب، مع مراعاة وجود خطة مستقبلية بشأن هذه الزيادة حتى لا يتم تقريرها بشكل عشوائى أو مفاجئ ، وكذلك الحرص على إبلاغ وزارة السياحة بها قبل التطبيق بعام على الأقل حتى يمكن للهيئات السياحية من التكيف مع هذه الزيادة بعد التشاور معها فى هذا الشأن.

- خفض الرسوم العالية التى تفرضها الموانئ البحرية المصرية بالمقارنة بالرسوم التى تقررها الموانئ العالمية حتى تصبح مصر أكثر قدرة على المنافسة فى هذا المجال.

- تعديل القانون رقم (١١) لسنة (١٩٩١) لإعفاء الخدمات السياحية من ضريبة المبيعات باعتبارها خدمات تصدرية.

- زيادة الوعى البيئى لدى المستثمرين من خلال ندوات يتم تنظيمها لهذا الغرض ومن خلال حملات إعلامية لتكوين رأى عام لتنمية الوعى البيئى لدى المواطنين.

- فرض رسوم دخول على المناطق المحمية للحصول على موارد للتمويل لاستثمارها فى المناطق الطبيعية.

- إقامة مجلس أعلى للبيئة للتعامل مع السياسات الخاصة بالبيئية.

- تدعيم التنسيق والتعاون بين هيئة تنشيط السياحة وجهاز شئون البيئة.

- تطوير التسويق السياحى من خلال :

  - توضيح مواقع المشروعات السياحية المختلفة فى مصر من خلال دراسة السوق المرتبط بهذا النوع من المشروعات.

  - تحسين نوعين العاملين فى المكاتب السياحية بالخارج بتدريبهم على تطبيق التقنيات التسويقية الحديثة.

- تزويد كليات ومعاهد السياحة ومدارسها بهيئات تدريس متخصصة فى هذا المجال ومنح خريجى المعاهد المتوسطة فرص استكمال دراستهم للحصول على درجة البكالوريوس للاستفادة منهم فى الوظائف الإشرافية.

- تطوير وسائل النقل والبنية الأساسية من خلال أهم الأعمال التالية:

● تحسين حالة الطرق المؤدية من وإلى المشروعات السياحية حتى تكون متمشية مع المعايير الدولية المقررة لهذه الطرق.

● تيسير الإجراءات لليخوت الزائرة لتفعيل سياحة اليخوت فى مصر.

● تحسين نوعية الخدمات بالنسبة للسياحة النهرية فى النيل.

● زيادة عدد الموانئ النيلية لتلبية احتياجات السياحة النهرية حيث أن هذا النوع من السياحة يمثل (٣٠٪) من عائدات السياحة الدولية لمصر وفقاً لإحصائية وزارة السياحة فى عام (٢٠٠٠م).

كما أشارت هذه الدراسة الأمريكية إلى ضرورة زيادة وعى المصريين بأهمية دور قطاع السياحة فى الاقتصاد المصرى وتحسين معدلات النظافة والصحة فى المناطق السياحية، وكذلك المطالبة بتوافر خرائط حديثة فى المواقع الرئيسية بالمشروعات السياحية.

وفى الندوة التى نظمتها لجنة سياسات النقل باتحاد الغرف السياحية فى سبتمبر(٢٠٠٠) بعنوان «سياحة الرحلات البحرية السريعة بين الفرص والتحدى» تم فى ختام مناقشة أعمالها إقرار التوصيات التالية بغرض تنشيط ذلك النوع من السياحة البحرية، وهى:

- ضرورة الاهتمام بتنظم البيانات والإحصائيات الدقيقة المرتبطة بحركة سياحة الرحلات البحرية السريعة وذلك عن طريق إنشاء بنك للمعلومات البحرية وربطه بالإنترنت Enternet .

- ضرورة اهتمام مكاتب هيئة تنشيط السياحة بالخارج بالترويج لهذا النوع من السياحة عن طريق الاتصال بمنظمى الرحلات البحرية السريعة.

- التأكيد على ضرورة مشاركة وزارة السياحة أو وزارة النقل أو هيئات الموانئ وكذلك شركات السياحة أو التوكيلات البحرية - القطاع الخاص - فى المؤتمرات والمعارض الدولية المهتمة بالرحلات البحرية.

- تطوير وإطالة الأرصفة المخصصة لرسو السفن التى تنقل ركابها إلى الموانئ البحرية المصرية، وكذلك تطوير كبارى العبور والسقالات المستخدمة لإنزال الركاب.

- التوصية لدى وزارة النقل بتخصيص حوافز مالية للبواخر السياحية التى تتكرر زيارتها للموانئ المصرية وبما يتفق مع عدد مرات الزيارة.

- الاهتمام باستضافة الرحلات التعليمية FAM Trips لمتخذى القرار فى شركات الخطوط الملاحية السياحية للتعرف على أحدث التطورات والتسهيلات المتاحة فى الموانئ البحرية المصرية وفى وسائل النقل والخدمات السياحية الأخرى.

- دمج جميع الرسوم المفروضة على البواخر السياحية ليتم تحصيلها فى جهة واحدة. ودعوة الجهات المقررة لهذه الرسوم المالية إلى إجراء تخفضيات تشجيعيه على قيمتها.

- التوصية لدى القطاع السياحى بقصر التعامل مع شركات الخدمات الملاحية المرخص لها من قبل وزارة النقل مع إفادة الوزارة دورياً بمستوى أداء هذه الشركات، وذلك بغرض تحسين مستوى خدماتها.

- دعوة منظمة السياحة البحرية - فى البحر الأبيض المتوسط - Med Cruise لعقد مؤتمرها السنوى فى مصر فى إحدى الدورات القادمة.

- الإسراع فى تنفيذ مشروع تطوير محطة الركاب البحرية بميناء الاسكندرية.

- ضرورة استشارة وزارة النقل للقطاع السياحى عند تحديد تسعيرة الخدمات المقدمة لسفن الركاب.
- قيام وزارة النقل بإعداد الدليل البحرى السياحى للموانئ المصرية.
- دراسة تطوير هيئات الموانئ المصرية، وذلك بغرض تحويلها إلى هيئات اقتصادية مستقلة.

وفى دراسة علمية قام بها صالح عبدالله (١٩٩٠) لتقويم مناشط الترويح المائى بالمشروعات السياحية بدولة الكويت، أشارت النتائج إلى أهم المقترحات التالية للاهتمام بمناشط الترويح المائى بهذه المشروعات وهى:

- ضرورة توفير الخدمات والإمكانات المناسبة بالمشروعات السياحية بدولة الكويت للاستمتاع بمناشط الترويح المائى.
- التأكيد على أهمية تنظيم المهرجانات المحلية لمناشط الترويح المائى بالمشروعات السياحية.
- توفير الدعم المالى من قبل الدولة لمناشط الترويح المائى بالمشروعات السياحية.
- إصدار الدولة للعديد من القوانين المرتبطة بتوفير الحماية للبيئة البحرية من التلوث.
- ضرورة اهتمام وسائل الإعلام المختلفة بتكوين اتجاهات إيجابية لدى الأفراد نحو مناشط الترويح المائى.
- تشجيع إجراء البحوث العلمية التى تتناول بالدراسة موضوعات الترويح المائى بالمشروعات السياحية.
- إعداد الشباب الكويتى وتدريبه للعمل بمناشط الترويح المائى بالمشروعات السياحية.

- الاستغلال الأمثل للشواطئ والجزر الخليجية بإقامة مشروعات للترويح المائى على هذه الشواطئ والجزر.
- اهتمام الدولة بتشجيع الاستثمار المحلى لإقامة المشروعات السياحية المهتمة بالترويح المائى.

وفى دراسة قامت بها كوثر الموجى (١٩٨٦) عن السياحة الرياضية فى جمهورية مصر العربية أكدت نتائجها على ضرورة ما يلى:

- إعداد وتأهيل قيادات متخصصة فى مجال التخطيط لبرامج السياحة الرياضية وتسويقها.
- تولى كليات التربية البدنية والرياضة وكليات السياحة والفنادق بتنظيم المؤتمرات العلمية المتخصصة فى مجال السياحة الرياضية لمناقشة الموضوعات والقضايا المرتبطة بها.
- تدعيم البحوث العلمية المرتبطة بمجال السياحة الرياضية للعمل على تطويرها وفقاً للأسلوب العلمى.
- إدراج مقرر السياحة الرياضية فى إطار مناهج كليات التربية البدنية والرياضة.

أهمية التعاون الدولى فى مجال الترويح المائى

إن التعاون الدولى يُعد عاملاً رئيسياً لتحقيق الدعم المطلوب للرياضة للجميع بوجه عام وللترويح المائى بوجه خاص. ولذا ينبغى على الدول والمنظمات والهيئات الدولية والإقليمية أن تولى أهمية للترويح المائى فى مجال التعاون الدولى الثنائى أو التعاون المتعدد الأطراف. **ولذا فقد برزت العديد من الاتجاهات نحو زيادة التعاون الفكرى والتقنى بين الدول فى مجال الترويح المائى، والتى من أهمها التأكيد على ما يلى:**

- إنشاء نظام دولى لجمع وترجمة ونشر المعلومات المرتبطة بتطوير برامج الترويح المائى واستحداث خدمات له.
- تبادل المعلومات ونتائج البحوث والدراسات العلمية التى تهتم بها بحوث السوق Marketing Research فى مجال الترويح المائى.
- الاهتمام بإجراء البحوث والدراسات المقارنة فى الموضوعات البحثية ذات الاهتمام المشترك بين الدول التى تهتم بمشروعات الترويح المائى.
- التعاون فى ضرورة الالتزام بالتشريعات والقوانين التى تهتم بحماية البيئة من التلوث والتأكيد على توفير البيئة الصحية للممارسين لمناشط الترويح المائى.
- إصدار قوانين تنشيط حركة الترويح المائى بين الدول الساحلية والتى تُعرف بدول الجوار، مع مراعاة سن التشريعات والقوانين التى تسمح بذلك.
- الاستفادة من وسائل الاتصال الجماهيرى لنشر ودعم الترويح المائى بغرض زيادة الطلب على مناشطه.
- التعاون فى مجال الإعداد المهنى للمتخصصين فى مجال الترويح المائى وكذلك فى مجال التدريب أثناء الخدمة In Service Training وفقاً لأحدث الاتجاهات العلمية فى هذا الشأن.
- تبادل الخبرات بين الدول فى مجال تصميم برامج الترويح المائى والخدمات المقدمة من مشروعاته.
- الاهتمام بتوفير برامج وخدمات مرتبطة بالترويح المائى لكل من شرائح الأطفال والشباب وكبار السن والمرضى والمعاقين، مع الاهتمام ببرامج المرأة.
- التعاون فى مجال إدارة مشروعات الترويح المائى والإشراف على البرامج أو المناشط المقدمة منها.

- الاستفادة من التقدم الصناعى فى مجال أبنية الترويح المائى ومعداته وأجهزته وأدواته بغرض الارتقاء بالمنتج أو الخدمات المرتبطة بهذا المجال.

- تبادل الخبرات فى مجال تطوير وسائل الأمان والسلامة فى مجال الترويح المائى، وفى مجال وقاية الممارسين لمناشطه من إصابات ومخاطر أدائها.

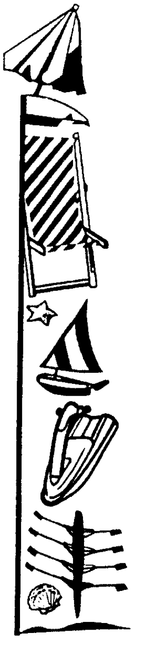
- الاتفاق على نظم للتبادل التجارى والسياحى لتنشيط حركة الترويح المائى بين الدول المهتمة بذلك وإصدار قوانين دولية تسمح بتبادل الإعفاء الجمركى لمعدات الترويح المائى حتى تكون معتدلة التكلفة.

وبذلك نرى أنه لكى يتم الارتقاء بالترويح المائى يجب أن يضطلع المجتمع بالعديد من المسئوليات نحو بناء الاستراتيجيات المؤدية إلى ذلك والتى تتضمن التوعية الجماهيرية بأهمية مناشطه وبناء البرامج التى تسهم فى تحقيق أهدافه وتوفير التسهيلات Facilities المرجوة وإعداد القيادات والعاملين فى المجال وفقاً لأحدث الاتجاهات العلمية والمهنية وتطوير القوانين والتشريعات المرتبطة بحماية البيئة وتحفيز المستثمرين للمشاركة فى مشروعاته وإجراء البحوث التسويقية لتفعيل خدماتها، وكذلك يجب أن تهتم الدول بالتعاون فيما بينها فى جميع المجالات للارتقاء بالترويح المائى باعتباره أحد المؤثرات الفاعلة فى استمتاع الإنسان المعاصر بالطبيعة والبعد به عن مخاطر التلوث البيئى الناجم عن مساوئ العالم الصناعى والإهمال فى حماية البيئة .



الفصل الثانى

تصميم برامج الترويح المائى





- مقدمة .
- عناصر تصميم برامج الترويح المائى.
  - دراسة المجتمع.
  - دراسة البيئة الطبيعية.
  - دراسة الجمهور المستهدف من البرنامج .
  - دراسة الإمكانات .
  - تحديد أهداف البرنامج .
  - اختيار مناشط البرنامج .
- الوقاية من المخاطر أو الإصابات المرتبطة بممارسة مناشط برامج الترويح المائى .
- المبادئ التى يجب مراعاتها فى تصميم البرامج لضمان تحقيق أهدافها .



تصميم برامج الترويح المائى

مقدمة

تهتم مشروعات الترويح المائى بتصميم البرامج التى توفرها لجمهورها، وذلك وفقاً لأسس العلمية والاتجاهات التربوية المعاصرة حتى تحقق أفضل عائد استثمارى من خلال زيادة الطلب على المشاركة فى مناشطها سواء على المستوى الفردى أو الجمعى نتيجة النجاح فى إشباع اهتمامات هؤلاء الأفراد أو الجماعات وكذلك فى إشباع حاجاتهم وميولهم واتجاهاتهم نحو هذه المناشط التى تتضمنها تلك البرامج.

وتشير تهانى عبدالسلام إلى أن الهدف الأساسى من تخطيط البرامج فى مجال الترويح هو مساعدة المشاركين فى المناشط التى تتضمن هذه البرامج فى الحصول على أقصى درجة من السعادة والمرح والرضا الشخصى واستثمار وقت الفراغ لديهم، وأن الأغراض الأولية لهذه البرامج تتمثل فى تحقيق السعادة للأفراد أو الجماعات المشاركة فى أداء مناشطها، بينما الأغراض الثانوية تتلخص فى الفوائد التى تعود على المجتمع فى نشر الوعى بقيمة الترويح لدى هؤلاء الأفراد أو الجماعات.

وبوجه عام يُشير روبرت زايس Robert Zais إلى أن مصطلح تصميم البرنامج Desing يُعبر عن عملية اتخاذ القرارات التى ترتبط بطبيعة مكونات البرنامج وتنظيمها فيما بينهما ، وبما تتطلبه من الإجابة على بعض التساؤلات، والتى من أهمها:

- ما هى طبيعة المجتمع - البيئية - التى سوف يتم تصميم البرنامج له؟
- ما هى خصائص الجمهور المستهدف من البرنامج؟

- ما هى طبيعة المجالات التى يجب أن يهتم بها البرنامج؟
- ماذا ينبغى أن تكون عليه أهداف البرنامج؟
- ما هى أوجه النشاط التى ينبغى أن يشارك فيها الجمهور المستهدف من البرنامج؟
- ما هو التصميم الملائم للبرنامج والذى يمكن أن يحقق الأساسيات التى ينبغى مراعاتها فى التصميم بأعلى كفاءة ممكنة ؟
- كيف سوف يتم تقويم أهداف ومناشط البرنامج وكذلك رد فعل المشاركين فى البرنامج؟

وبشكل عام فإن تصميم البرامج يتأثر بالعديد من المقوّمات الطبيعية والديموجرافية والاقتصادية والثقافية التى تسود المجتمع، وذلك إلى جانب التأثر بميول واهتمامات واتجاهات ودوافع المترددين على مشروعات الترويح المائى، مما يستدعى دراسة كل من تلك المتغيرات حتى يتم تصميم البرامج وفقاً للظروف السائدة فى المجتمع وبما يتلائم مع حاجات الأفراد المستهدفين من تلك البرامج.

عناصر تصميم برامج الترويح المائى

يتطلب تصميم برامج الترويح المائى اتباع الأساليب العلمية فى هذا المجال والاسترشاد بأهم نتائج الدراسات والبحوث الحديثة التى تناولت هذا الموضوع بالمعالجة العلمية ، وذلك حتى يمكن بناء هذه البرامج وفقاً للاتجاهات الفلسفية والعلمية المعاصرة ، مما يسهم فى تحقيق أهداف تلك البرامج بالكيفية المرجوة. ولذا فإن تصميم البرامج فى هذا المجال يستدعى دراسة كل من المجتمع والبيئة الطبيعية والجمهور المستهدف من البرنامج والإمكانات وذلك حتى يمكن تحديد الأهداف المرجوة واختيار المناشط التى يمكن من خلالها تحقيق هذه الأهداف.

وفيما يلى توضيحاً لأهم عناصر تصميم برامج الترويح المائى، وهى:

يجب عند تصميم برامج الترويح المائى مراعاة أهم عوامل التغير السياسى والاجتماعى والاقتصادى التى يعاصرها المجتمع وذلك حتى تتمشى هذه البرامج مع الظروف العصرية للمجتمع ، **ولذا فإنه عند تصميم هذه البرامج يجب جمع العديد من المعلومات أو البيانات أو الإحصائيات المرتبطة بالمتغيرات المجتمعية التالية:**

- العادات والتقاليد السائدة فى المجتمع وكذلك المعتقدات المرتبطة بالدين، وذلك للعمل على مراعاتها من خلال تحديد الأهداف للبرنامج واختيار أوجه النشاط بما يساير تلك العادات والتقاليد والمعتقدات السائدة.
- المشكلات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التى تواجه المجتمع واحتياجاته، وذلك لتصميم البرامج التى تراعى هذه المشكلات لضمان أن تكون الأهداف المرجوة من البرنامج واقعية بحيث يمكن تحقيقها فى ضوء الظروف أو المشكلات التى يعاصرها المجتمع.
- اهتمام المسئولين فى الحكومة والسياحة بأوضاع الترويح المائى، وكذلك اهتمام وسائل الإعلام أو الاتصال الجماهيرى بذلك، مما يوضح اهتمامات واتجاهات المجتمع نحو الترويح المائى.
- مقدار التقدم العلمى والتقنى السائد فى المجتمع ومدى الاهتمام بالاستفادة منه فى مجال الترويح المائى، وذلك حتى يمكن الاستفادة بطريقة مثالية بكل ما هو متوافر فى هذا الشأن فى تصميم البرامج وتطويرها بالاعتماد على توظيف ما يتيحه هذا التقدم من خدمات أو تسهيلات.
- التوزيع للفئات العمرية فى المجتمع Age Distribution فيما يرتبط بالأطفال والنشء والشباب وكبار السن، وذلك وفقاً لنوع الجنس ، حتى يمكن تحديد

أولوية الاهتمام بتصميم البرامج المرتبطة بكل من هذه الفئات العمرية لكل من الذكور والإناث.

- التشريعات والقوانين التى تحكم العمل الإدارى لمشروعات الترويح المائى وتنظيم العمل فى المجال، وكذلك التيسيرات والمعوقات المرتبطة بذلك ، حتى يتم مراعاة البرامج للمبادئ القانونية والإدارية للدولة.
- مدى توافر القيادات المؤهلة للعاملين فى مجال التخطيط لبرامج الترويح المائى والإشراف على تنفيذها، وذلك حتى يتم تحديد الأهداف المرجوة من البرنامج واختيار أوجه النشاط وبما يضمن تنفيذها من قبل العاملين فى هذا المجال.

وبدراسة هذه المتغيرات المجتمعية فإنه يمكن بناء برامج لمشروعات الترويح المائى تتمشى مع الأوضاع السائدة فى المجتمع ، مما يسمح لهذه البرامج تحقيق أهدافها المرجوة.

دراسة البيئة الطبيعية

لتصميم البرامج يجب دراسة البيئة الطبيعية لتحديد كيفية الاستفادة من الأنهار أو البحار أو البحيرات أو الشواطئ المتاحة للاستخدام فى الترويح المائى، والتى تُحدد إلى حد بعيد نوع المناشط التى يمكن أن تتضمنها تلك البرامج وفقاً لما تتميز به مياه تلك المسطحات المائية، وذلك كالسباحة، الانزلاق على الماء، الشراع، التجديف، الدراجات المائية، القوارب المطاطية أو ذات المحرك، صيد الأسماك، الألعاب المائية، النزهات البحرية ، الغوص، التصوير تحت الماء.

كما أن دراسة البيئة الطبيعية توضح كيفية الاستفادة من الجزر القريبة من الساحل والتعرف على عمق المياه وعوامل الجزر والمد وأماكن تواجد الشعب المرجانية، وذلك إلى جانب التعرف على حالة الطقس الجوى، مما يسمح باختيار

بعض الأوجه من مناشط الترويح المائى التى تتمشى مع المقومات الطبيعية لهذه البيئة ، مع مراعاة توافر عوامل الأمان والسلامة بها.

وكذلك تتيح دراسة البيئة الطبيعية التعرف على مدى خلوها من أنواع التلوث البيئى، أو استكشاف أنواع التعديات التى تؤدى إلى تلوثها ، وكذلك التعرف على ما يتم من إجراءات للوقاية أو القضاء على التلوث البيئى أو الحد منه وذلك لحماية البيئة أو ثرواتها الطبيعية، حتى يتم اختيار المواقع أو الأماكن غير الملوثة لممارسة أوجه النشاط التى يتم اختيارها.

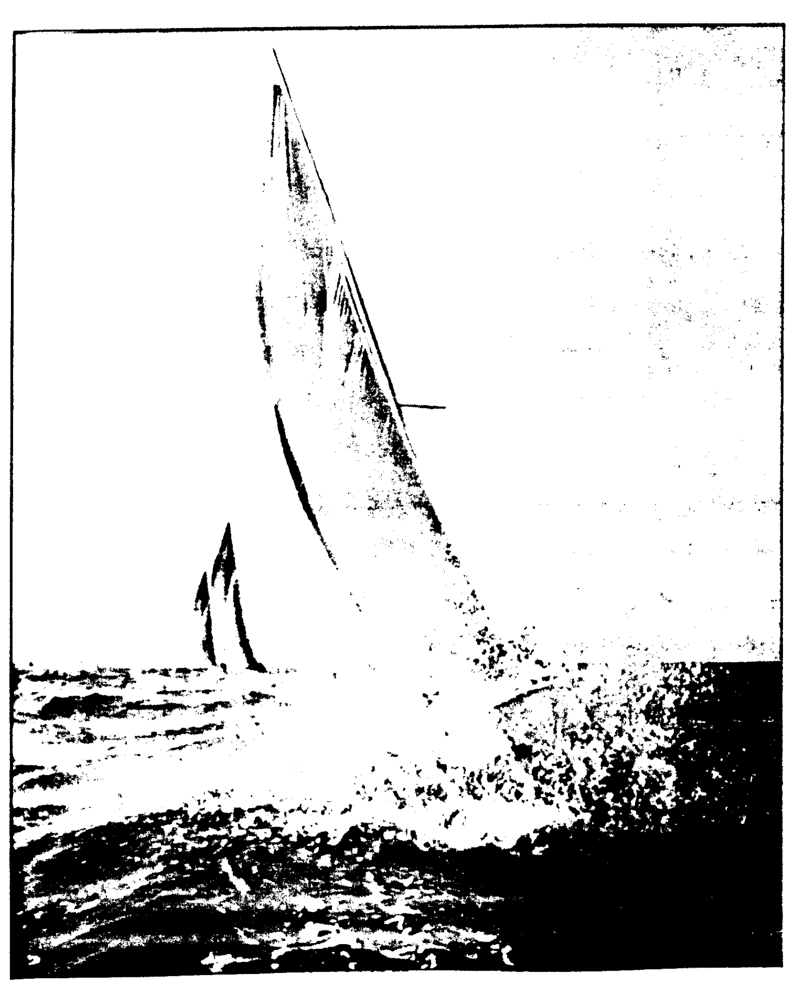
ولذا فإن موضوع حماية البيئة يُعد من الأهمية فى صناعة الترويح المائى، ومن ثم فإنه لتحقيق ذلك يجب مراعاة أهم النقاط التالية :

- توفير الحماية للممارسين للسباحة من التلوث البيئى الناتج عن عدم مراعاة الشروط الصحية فى تنظيم مناشط الترويح المائى والتى قد تنشأ من القوارب البخارية وعدم اتباع الإرشادات والإجراءات التى يجب العمل بها للحفاظ على البيئة وحمايتها.
- حماية الشواطئ من التآكل الناتج عن الزيادة فى كثافة الأبنية الملاصقة للشاطئ أو لمياه البحر أو البحيرات أو الأنهار، وذلك من خلال اتباع الإجراءات المقررة فى هذا الشأن والاهتمام بالصيانة اللازمة.
- المحافظة على التوازن البيئى المرتبط بحماية البيئة الطبيعية من التدمير الذى يؤدى إلى إتلاف الشعب المرجانية أو النباتات البحرية فى قاع البحر، وذلك للحفاظ على مقومات رئيسية لبعض أنواع الترويح المائى كالغوص والتصوير تحت الماء والاستمتاع بجمال الطبيعة من خلال القيام بزيارة لقاع البحر باستخدام الغواصة البحرية أو الغوص.

- اتخاذ الإجراءات الكفيلة بمنع نفاد الثروة البيئية الطبيعية كالأسماك أو الكائنات البحرية الأخرى ، حيث أن عدم الالتزام بالإرشادات التى يجب اتباعها فى أثناء إقامة مسابقات أو مهرجانات الصيد أو الغوص إنما يؤدى إلى انقراض بعض الكائنات البحرية أو نفاد الثروة البيئية الطبيعية.
- المحافظة على نظافة موقع مشروع الترويح المائى من الأنواع المختلفة من القمامة وبوجه خاص بعد انتشار طريقة (خذ معك) Take away التى تؤدى إلى تناول المأكولات والمشروبات فى المكان الذى يتواجد فيه الفرد بعيداً عن المطاعم والكافيتريا، وذلك منعاً لتلوث البيئة.
- حماية مياه وشواطئ البحر أو الأنهار من التلوث الناتج عن التوسع العمرانى بما يفوق قوة تشغيل نظم الصرف الصحى.

فقد يكون التلوث كيميائياً أو إشعاعياً أو بالنفايات أو المخلفات الضارة أو نتيجة لعدم النظافة، مما يؤدى إلى تلوث الماء أو الهواء أو التربة نتيجة للاستخدامات غير القانونية أو غير الآمنة لهذه العناصر البيئية، ومن ثم يجب اتخاذ التدابير اللازمة لحماية البيئة من الأجسام التى تنجرف خلال عمليات المد كمخلفات السفن أو التلوث بالزيوت الناتجة من المخلفات أو الحوادث التى ترتبط بناقلات البترول، أو التلوث الكيميائى الناتج من تصريف مياه المؤسسات الصناعية أو مياه الأراضى الزراعية التى يتم معالجتها بالأسمدة، أو التلوث الناتج عن الصرف الصحى المعالج أو غير المعالج.

ومنظمة جرين بيس Green Peace من المنظمات العالمية لحماية البيئة وبوجه خاص للحفاظ على شواطئ البحر الأبيض المتوسط من عدم التلوث البحرى الناتج عن النفايات العضوية والصناعية . وقد أوضحت الدراسات العلمية التى قامت بها هذه المنظمة وجود العديد من المشكلات المرتبطة بتلوث الشاطئ الشرقى للبحر الأبيض المتوسط، وأن هذا التلوث ناتج عن المصادر الثلاثة التالية:



يتطلب الترويح المائى توافر بيئة طبيعية خالية من التلوث

- مجارى الصرف الصحى التى تصب محتوياتها مباشرة فى البحر دون معالجتها من محطات التكرير.
- المكبات العشوائية للنفايات على الشاطئ والتى تختلط بأمواج البحر وتدفع بتلك النفايات إلى عرض البحر، مما يؤدى إلى حدوث أضرار بالحياة والثروة البحرية.
- التلوث الصناعى الناتج عن رمى النفايات الصناعية مباشرة فى البحر، وهذه النفايات تُعد ملوثات كيميائية وسامة.

وتهتم منظمة Green Peace برسم خرائط لمصادر التلوث البحرى باستخدام نظام التحديد العالمى (GPS) الذى يُحدد عبر الأقمار الفضائية مصدر التلوث على الخرائط ، ومن ثم العمل على معالجة هذه المصادر لحماية البيئة من أضرارها.

كما أن تلك المنظمة العالمية المستقلة عن أى مؤسسات سياسية أو اقتصادية تسعى إلى إلغاء أو تغيير الأفعال التى تلحق الضرر بالبيئة وذلك من خلال مناشدة الرأى العام بالامتناع عن الممارسات التى من شأنها الإضرار بالبيئة وكذلك الاحتجاج السلمى لدى السلطات والمؤسسات بغرض اتخاذ الإجراءات التى من شأنها حماية البيئة والحفاظ عليها.

ولذا فإن منظمة Green Peace تقوم بتمويل حملات توعية منظمة لمواجهة الممارسات العالمية التى تلحق الضرر بالبيئة وذلك للحصول على تأمين السلطات وتطبيق الاتفاقات الدولية التى من شأنها المحافظة على البيئة. كما أنها تقوم بزيارات ميدانية عبر سفنها إلى مواقع الإضرار بالبيئة ومواقع توليد الطاقة النووية ومواقع الحياة البحرية الفطرية؛ بالإضافة إلى جمع عينات من مياه البحر الأبيض المتوسط لفحصها فى معامل أو مختبرات المنظمة. وكذلك يمتد نشاط هذه المنظمة إلى مكافحة التلوث السام وأساليب الصيد البحرى غير المعترف بها دولياً وكل ما يهدد أماكن وجود الحيوانات والنباتات البرية.

كما أنه فى مجال حماية البيئة ومكافحة أضرار ومخاطر التلوث البحرى (البحر الأبيض المتوسط) صدرت اتفاقية برشلونة فى هذا الشأن عام (١٩٧٦) والتى تم توقيعها من قبل دول البحر الأبيض المتوسط الثمانية عشرة ودول الوحدة الأوروبية فى يونيو (١٩٩٠) والتى تنص على ضرورة اتخاذ جميع الدول الموقعة عليها كل التدابير والإجراءات اللازمة لمواجهة ومكافحة تلوث مياه البحر الأبيض المتوسط الناجم عن رمى النفايات أو المخلفات فى البحر.

وكذلك لحماية البيئة البحرية أصدر البرلمان الفرنسى قراراً بالإجماع بالتصديق على قانون مقدم إلى جدول أعماله بشأن توسيع المجال البحرى الدولى فى البحر الأبيض المتوسط لحماية شواطئ فرنسا من التلوث، بغرض توفير ظروف أفضل للمحاسبة القانونية للسفن التى تلقى بسوائل أو نفايات ضارة بالبيئة البحرية، وذلك عقب تسرب كميات تصل إلى أكثر من عشرة مليون لتر من النفط من الناقلة ايريكا أمام الشواطئ الغربية لفرنسا فى ديسمبر (١٩٩٩) مما تسبب فى موت أكثر من (٦٠) ألف من طيور البحر. وهذا القانون الصادر عن البرلمان الفرنسى يسمح بمقاضاة أصحاب السفن التى تتسبب فى تلوث البيئة البحرية وتوقيع عقوبة عليهم تصل إلى السجن لمدة (٤) سنوات وغرامة مالية قدرها (٦٠٠٠) ألف يورو.

وبذلك يتضح دور الدول فى العمل على حماية البيئة الطبيعية من التلوث بأنواعه المختلفة حتى يتم توفير بيئة بعيدة عن التلوث لممارسى مناشط الترويح المائى، والحفاظ على عدم تلوث المياه الإقليمية لهذه الدول.

دراسة الجمهور المستهدف من البرنامج

يجب عند تصميم برامج الترويح المائى دراسة خصائص الجمهور المستهدف من البرنامج إلى جانب دراسة كل من المجتمع والبيئة الطبيعية، إذ أن تلك البرامج يجب أن تهتم بالأفراد والجماعات التى سوف تشارك فى مناشط كل من تلك البرامج، وذلك لإشباع حاجاتهم وميولهم وبما يتمشى مع استعداداتهم وقدراتهم.

كما أن تلك البرامج تتنوع باختلاف المراحل العمرية التى يتم التخطيط لها، وكذلك تتأثر باختلاف الجنس والحالة الصحية للأفراد الذين يتم تصميم هذه البرامج لهم، بالإضافة إلى تأثرها بالمستوى الاقتصادى أو الاجتماعى لهؤلاء الأفراد.

وبوجه عام فإن دراسة الجمهور المستهدف من البرنامج إنما تفيد فى تحقيق أهم ما يلى:

- التعرف على ميول واهتمامات واتجاهات أفراد أو جماعات هذا الجمهور تجاه مناشط الترويح المائى، وكذلك استكشاف مدى تفضيلهم لهذه المناشط حتى يتم توفيرها لهم فى البرامج التى يتم تصميمها.
- التعرف على درجة استعدادات هؤلاء الأفراد وقدراتهم على أداء أنواع مناشط الترويح المائى، حتى يمكن توفير تلك الأوجه من النشاط لهم والتى تتمشى مع استعداداتهم وقدراتهم.
- اختيار أوجه النشاط المناسبة للأفراد موضوع تصميم البرنامج، وذلك وفقاً لنوعهم - ذكور أو إناث - ووفقاً لمراحلهم العمرية وحالتهم الصحية والبدنية وبما يتمشى مع مستوى أدائهم للمناشط.
- مراعاة تنويع أوجه نشاط برامج الترويح المائى لتتمشى مع شرائح متعددة من الجمهور من ذوى المستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة لأنه يجب مراعاة متغير المستوى الاجتماعى أو المنتوى الاقتصادى لهؤلاء الأفراد عند تصميم البرنامج.
- وضع تصور من قبل مصممى البرنامج عن كيفية إيجاد حلول لمشكلات الأفراد الذين يخطط لهم البرنامج، وبوجه خاص مشكلات هؤلاء الذين ينتابهم الخوف من ممارسة بعض أنواع النشاط المائى، وذلك حتى يزداد الطلب على تلك الأوجه من النشاط.



للميول دور هام فى اختيار مناشط الترويح المائى

وبوجه عام يجب على مصممى برامج الترويح المائى استخدام العديد من وسائل جمع البيانات المرتبطة بالأفراد الذين يتم تخطيط البرامج لهم كالملاحظة العلمية والاستبيانات وقوائم تفضيل أوجه النشاط المائى ومقاييس الاتجاهات نحو الترويح المائى والمقابلات الفردية أو الجماعية ، وذلك لاستطلاع رأيهم حول اهتماماتهم أو اتجاهاتهم نحو الترويح المائى ومدى تفضيل أوجه نشاطه ، بالإضافة إلى معرفة آرائهم فى الإيجابيات والسلبيات للبرامج المقدمة لهم ولمعوقات إقبالهم على المشاركة فى هذه البرامج، بغرض تصميم برامج تهتم بمراعاة كل هذه المتغيرات.

كما يجب الاستفادة من نتائج الدراسات العلمية التى تبحث فى ميول أو دوافع أو مدى تفضيل المترددين على القرى السياحية أو مشروعات الترويح المائى، إذ أن العديد من تلك الدراسات قد أشارت إلى أهم مايلى:

فى دراسة علمية قام بها صابر عمر (٢٠٠٢) عن تقويم مناشط الترويح المائى بالمشروعات السياحية فى مصر ، أشارت النتائج إلى أن أهم أنواع مناشط الترويح المائى المتوافرة للممارسة فى المشروعات السياحية بجمهورية مصر العربية ، هى:

- السباحة.
- الغوص.
- النزهات البحرية.
- النزهات تحت الماء باستخدام الغواصات البحرية.
- الشراع.
- اليخوت.
- التصوير تحت الماء.

- الدراجات المائية.
- التجديف.

وفى دراسة قام بها وليد عباس (٢٠٠٠) لبناء برامج للمناشط الترويحية للسباحة الرياضية بجمهورية مصر العربية ، أوضحت نتائجها أن السائحين المترددين على القرى السياحية والذين يتحدثون باللغة العربية يفضلون ممارسة المناشط التالية للترويح المائى تفضيلاً عالياً ، وهى:

- الغوص.
- الدراجات المائية.
- السباحة.

بينما يفضل هؤلاء المترددين على تلك القرى ممارسة المناشط التالية تفضيلاً متوسطاً ، وهى:

- الانزلاق على الماء.
- صيد الأسماك باستخدام القوارب.
- اليخوت.

فى حين أن السائحين الذين يتحدثون باللغة الإنجليزية يفضلون تفضيلاً عالياً ممارسة مناشط الترويح المائى التالية:

- صيد الأسماك باستخدام القوارب.
- الدراجات المائية.
- صيد الأسماك على الشاطئ.

بينما يفضل هؤلاء السائحين تفضيلاً متوسطاً ممارسة المناشط التالية:

- السباحة.
- الألواح الشراعية.
- كرة الماء.

وفى دراسة أجرتها فاطمة هانم على (١٩٩٢) عن مكانة الرياضة من السياحة بجمهورية مصر العربية، أشارت النتائج إلى ضرورة أن تتضمن البرامج الرياضية فى المجال السياحى أهم مناشط الترويح المائى التالية لإشباع دوافع المترددين على المشروعات السياحية ، وهى:

- الغطس.
- صيد الأسماك بالغوص.
- التجديف.
- النزهات البحرية باليخوت.
- السباحة.
- التصوير تحت الماء.
- الانزلاق على الماء.
- صيد الأسماك من على الشاطئ.
- النزهات البحرية.
- صيد الأسماك باستخدام القوارب.
- القوارب البخارية.

• القوارب الشراعية.

• الألواح الخشبية.

• اليخوت.

• الدراجات المائية.

وفى دراسة علمية أجراها ماك أفورى Mc Avory (١٩٨٦) بالولايات المتحدة الأمريكية أوضحت نتائجها أن أهم المناشط المفضلة لدى المترددين على ممارسة الترويح المائى فى المناطق الواقعة بالقرب من نهر الميسيسبى Mississippi هى المناشط التالية :

• السباحة.

• القوارب.

• صيد الأسماك.

• التزحلق على الماء.

• الدراجات المائية.

• صيد الأسماك.

بينما أهم المناشط الرياضية الأخرى التى يتم تفضيل ممارستها بالقرب من الشاطئ ببريطانيا هى:

• المشى.

• الدراجات.

• بعض الألعاب الرياضية.

• السباحة.

- الألواح الشراعية.
- كرة الماء.

وبذلك يتضح أهمية الدراسات العلمية فى تحديد اهتمامات واتجاهات وميول الأفراد ومدى تفضيلهم لمناشط الترويح المائى حتى يمكن أن تتضمن البرامج أوجه نشاط صادقة تسمح بتحقيق حاجات هؤلاء الأفراد وفقاً للأهداف التى يتم تحديدها لإشباع هذه الحاجات ، حيث أن الأفراد المستهدفين من البرامج التى يتم تصميمها فى هذا المجال يعدون المحور الرئيسى الذى تدور حوله تلك البرامج.

دراسة الإمكانات

للإمكانات دور هام فى التخطيط لبرامج الترويح المائى، ويُعد التمويل من العناصر الهامة فى تطوير تلك البرامج وفى تحقيق الأهداف المرجوة منها بنجاح، وذلك لتأثر كل من الإمكانات المادية والبشرية به، حيث أن هذه الإمكانات لا تبحث أو تقرر إلا فى ضوء إمكانات التمويل التى تُعد عصب بناء هذه البرامج.

ومن ثم فإن دراسة الإمكانات يجب أن تتضمن دراسة كل من الإمكانات المادية كالمنشآت والمعدات والأجهزة والأدوات اللازمة لممارسة مناشط الترويح المائى، والإمكانات المالية الضرورية لتوفير متطلبات البرامج من الإمكانات المادية وكذلك الإمكانات البشرية التى تُعد من الأهمية نظراً لدورها فى التخطيط والإشراف على تنفيذ البرامج المعدة.

كما يجب على مصممى برامج الترويح المائى دراسة الإمكانات المتاحة والإمكانات التى يمكن توفيرها فى ضوء التمويل المقرر لعملية بناء البرنامج، وذلك فيما يرتبط بكل من الإمكانات المادية والبشرية من حيث الكم والكيف أو النوع، حتى يمكن تحقيق واقعية أوجه النشاط المختارة من خلال توفير الإمكانات لممارستها والاستمتاع بأدائها.

ولذا فإنه يجب على هؤلاء المخططين لهذه البرامج القيام بتوفير العديد من المعلومات والبيانات والإحصائيات التى تفيد فى التعرف على أهم ما يلى:

- ما يمكن الاستفادة منه من الإمكانات المتوافرة فى البيئة الطبيعية وذلك كالأنهار أو البحار أو البحيرات أو الجزر المائية أو الشواطئ.

- حالة كافة المنشآت والمرافق التى تخدم مناشط الترويح المائى ومدى توافر عوامل الأمان والسلامة لها ، وكذلك المتوافر من المعدات والأجهزة والأدوات الضرورية لممارسة تلك المناشط، وذلك من حيث الكم والنوع والجودة.

- المتوافر من العناصر البشرية للإشراف على تنفيذ البرنامج ، وذلك كالمدربين والملاحظين والمنقذين والمسئولين عن تجهيز كافة الإمكانات المادية والمسئولين عن ترويج المناشط التى يتضمنها البرنامج، وذلك وفقاً لعددهم ومستوى تأهيلهم للعمل فى هذا المجال.

- من يمكن الاستعانة بهم من القيادات المتطوعة للعمل فى مجال الترويح المائى لمواجهة النقص فى الكفاءات المهنية، وذلك إذا استدعى الأمر.

- المتاح من الوسائل الضرورية لتوفير الأمان والسلامة والحماية من مخاطر ممارسة بعض أنواع النشاط المائى، وذلك كالوسائل التالية:
  - جاكت النجاة من الغرق.
  - مزودات الأفراد بالأكسجين فى أثناء الغوص أو التصوير تحت الماء.
  - مسدس للتنوير الليلى .
  - تليفون لاسلكى.

- بوصلة لتحديد المسار للقوارب وبوجه خاص فى حالة الاضطرابات الجوية.
- العلامات الإرشادية .
- خزانات احتياطية لوقود القوارب ذات المحرك.
- مطافئ للحريق.
- أدوية لمعالجة دوار البحر.
- الإسعافات الضرورية لمعالجة إصابة الممارسين.

- التمويل المالى ومصادره، وما يمكن توفيره من إمكانات مادية وبشرية فى ضوء هذا التمويل لتنفيذ أوجه النشاط بالبرنامج وتحقيق الأهداف المرجوة من تصميم البرنامج.

وبذلك تسمح هذه المعلومات أو الإحصائيات بتحديد كم ونوع تلك الإمكانات المادية والبشرية التى يمكن أن يستعين بها البرنامج فى تحديد مناشطه المتعددة، حيث أن توافر تلك الإمكانات من حيث الكم والنوع والجودة يسمح باختيار أوجه النشاط التى يمكن تنفيذها.

ولأهمية الإمكانات فى مجال التربية البدنية والرياضة(*)، فإن **الميثاق الدولى للتربية البدنية والرياضة** الذى أقره المؤتمر العام لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (UNESCO) فى اليوم الحادى والعشرين من نوفمبر ١٩٧٨ **قد نص فى مادته الأولى على** : ضرورة إتاحة الإمكانات لكل فرد فى المجتمع لممارسة أوجه نشاط التربية البدنية والرياضة بغرض الوصول به إلى مستوى الآداء المهارى الذى يتمشى مع مواهبه، وذلك وفقاً للتقاليد الرياضية السائدة فى مجتمعه.

(*) تُعد الرياضة المائية من مناشط التربية البدنية والرياضية للجميع.

بينما **ينص الميثاق فى مادته الخامسة** على ضرورة توفير المنشآت والتجهيزات المناسبة للتربية البدنية والرياضة، وذلك من خلال:

- توفير وإقامة المرافق والتجهيزات الملائمة على نطاق يتيح اشتراك أكبر عدد ممكن من الأفراد فى مناشط برامج التربية البدنية والرياضة، وذلك داخل المؤسسات التربوية أوخارجها.
- تضافر جهود الحكومات والمؤسسات التربوية بجميع مستوياتها مع غيرها من الهيئات الرياضية من أجل التخطيط وإقامة المنشآت والتجهيزات المرتبطة بالتربية البدنية والرياضة، واستخدامها على الوجه الأمثل لتحقيق الاستفادة القصوى منها.
- أن تلبى خطط المناطق الحضرية والريفية احتياجات التربية البدنية والرياضية فى مجال المنشآت والتجهيزات، مع مراعاة الانتفاع الجيد بما تتيحه البيئة الطبيعية من إمكانات.

وكذلك نص الميثاق الدولى للفراغ والترويح(*) الذى أعدته الجمعية العالمية للفراغ والترويح World Leisure And Recreation فى عام (١٩٧٦) على أهم ما يلى:

- يُعد استخدام التسهيلات Facilities فى أوقات الفراغ حقاً أساسياً لكل فرد فى المجتمع، كما يحق له ارتياد المناطق البيئة الطبيعية - المحميات - كالبحيرات والبحار والغابات الجبال، مع مراعاة العمل على الحفاظ عليها وصيانتها بغرض حمايتها، **وذلك منصوص عليه فى المادة الثالثة من الميثاق.**

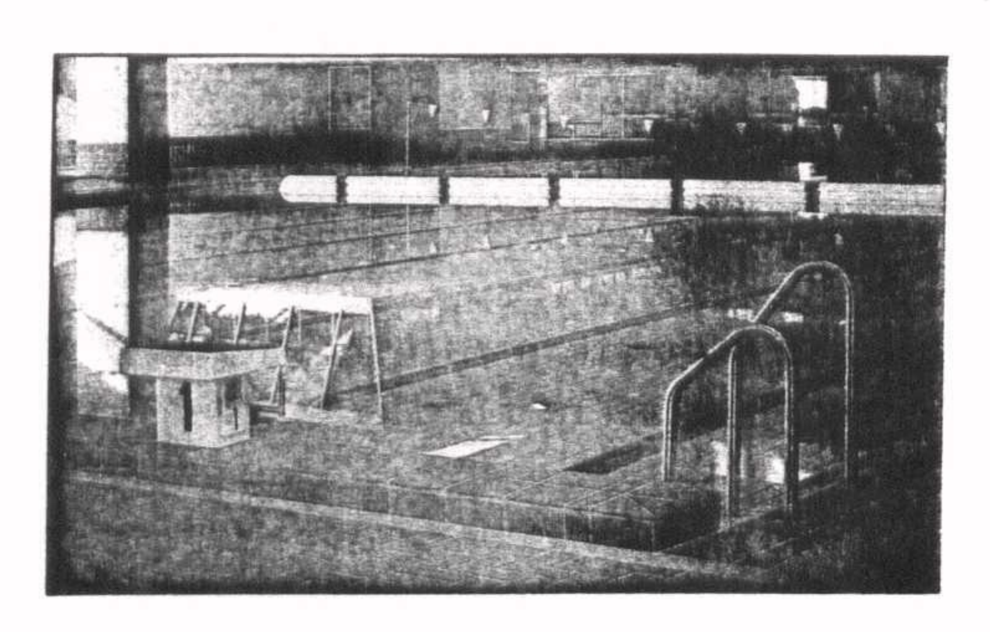
(*) يُعد الترويح المائى أحد أنواع الترويح ومناشط وقت الفراغ.

- يحق لكل فرد فى المجتمع أن تتوافر له وسائل المشاركة فى أوجه مناشط الترويح فى أوقات فراغه، وذلك كالرياضة البدنية، الاستمتاع بحياة الخلاء، الفنون، الموسيقى، الأشغال اليدوية، العلوم، مع مراعاة عدم التقييد باعتبارات أو متغيرات السن ، أو نوع الجنس، أو المستوى التعليمى والثقافى، **وذلك منصوص عليه فى المادة الرابعة من الميثاق.**

- يجب أن تكون مهمة الهيئات المسئولة عن التخطيط لبرامج الترويح هى توفير الإمكانات الضرورية لممارسة الأفراد لمناشط هذه البرامج المتنوعة المجال فى وقت الفراغ، وذلك لإتاحة الفرص لاختيارهم لأوجه النشاط التى يرغبون فى ممارستها وفقا لهوايتهم وإرادتهم، ودون تدخل تلك الهيئات فى فرض أى مناشط عليهم لأدائها، **وذلك منصوص عليه فى المادة الخامسة من الميثاق.**

- ما زالت تقع مسئولية التربية لأوقات الفراغ على عاتق مجموعة من المؤسسات المهتمة بأوقات الفراغ والترويح، ولذا فإنه يجب أن يكون هناك تنسيق بين جميع تلك المؤسسات، بغرض استثمار جميع الإمكانات المتاحة لديها. كما يجب تأسيس معاهد للدراسات الترويحية فى الدول التى تسمح إمكاناتها بتدريب القيادات على التخطيط للبرامج ومساعدة الأفراد والجماعات فى اختيار أوجه مناشط الترويح المناسبة لهم واستثارة دافعيتهم للممارسة، **وذلك منصوص عليه فى المادة السابعة من الميثاق.**

وبذلك نرى أن الميثاق الدولى للتربية البدنية والرياضة قد أكد على ضرورة إتاحة الإمكانات التى تسمح بممارسة المواطنين للنشاط البدنى أو الحركى حتى يمكن توفير الرياضة للجميع ، وذلك من خلال توفير التسهيلات أو التجهيزات اللازمة والاستفادة المثلى من الإمكانات المتاحة فى البيئة الطبيعية فى كل من المدن والريف لتحقيق هذا الغرض.



تعد حمامات السباحة من الإمكانات التى يجب توافرها لبرامج الترويح المائى

بينما الميثاق الأوروبى للرياضة للجميع(*) La Charte Europoènne du Sport Pour Tous الذى انبثق عن مؤتمر الوزراء الأوروبيين والمسئولين عن الرياضة الذى عقد فى مدينة بروكسل Bruxelles فى عام (١٩٧٥) ، قد أقر ثمانية مبادئ أساسية يجب مراعاتها وتطبيقها فى هذا المجال، منها أربعة مبادئ مرتبطة بالإمكانات، وهى:

- ضرورة توفير المساعدات والإمكانات والتجهيزات المناسبة، وكذلك الدعم المالى المناسب للرياضة للجميع، باعتبارها عاملاً هاماً فى عملية التنمية البشرية.
- يجب اعتبار التخطيط العام للمنشآت الرياضية من مهام الهيئات الحكومية التى يجب أن تساير المتطلبات المحلية والقومية، ولذا يجب الاهتمام بتوفيرها ومراعاة أصول استخدامها واتخاذ الإجراءات اللازمة لضمان الاستخدام الأمثل لما هو متوافر منها، وكذلك ما سوف يتوافر منها فى المستقبل القريب والبعيد.
- ضرورة اتخاذ الإجراءات القانونية المناسبة لاستخدام الأفراد للأماكن العامة Public والمفتوحة Outdoors بغرض الترويح عنهم.
- الاهتمام بتوفير القيادات والكفاءات المتخصصة فى مجال برامج الرياضة للجميع، وذلك على المستويين الإدارى والفنى.

وكذلك حدد الاتحاد الدولى للرياضة للجميع الذى تأسس بمدينة ستراسبورج Strasburg بفرنسا فى ١٩٨٢/٤/٣ أهم الأهداف التى يسعى إلى تحقيقها، ومنها ما يتصل بالإمكانات، وذلك كالأهداف التالية:

(*) يُعد الترويح المائى أحد مناشط الرياضة للجميع..

- العمل على توفير القيادات التطوعية المهتمة برعاية حركة الرياضة للجميع.
- تنظيم الدورات التدريبية Training Courses للعاملين فى مجال الرياضة للجميع.
- العمل على توفير المزيد من التسهيلات Facilities المرتبطة بتدعيم الرياضة للجميع.

كما انبثق عن المؤتمر الدولى عن الرياضة للجميع الذى عقد بمدينة فرانكفورت Frankfort بألمانيا فى عام (١٩٨٦) تسعة مبادئ منها ثلاثة مبادئ مرتبطة بالإمكانات وهى:

- يجب أن تتمشى برامج الرياضة للجميع مع الواقع الاقتصادى للدولة ومع الإمكانات المادية المتاحة.
- يجب أن تكون مناشط الرياضة للجميع اقتصادية فى تكلفتها ، مما يتيح للجميع فرص الإقبال على ممارستها.
- ضرورة أن تتمشى برامج الرياضة للجميع مع البيئة المناخية والطبيعة الجغرافية والبناء الاجتماعى للدولة.

وبذلك فقد أكد الميثاق الدولى للتربية البدنية والرياضة والميثاق الدولى للفراغ والترويح والميثاق الأوروبى للرياضة للجميع على أهمية اتساق التربية البدنية والرياضة مع البيئة الطبيعية حتى تزداد ثراءً بغرض احترام الموارد والحفاظ على الأرض وتنمية الحرص على حماية الطبيعة لتحقيق أقصى فائدة للبشرية.

ومن ثم تُعد الإمكانات من أهم العناصر المؤثرة فى تصميم برامج الترويح المائى، إذ لا يمكن تصميم تلك البرامج فى غياب الإمكانات اللازمة لتنفيذها.

تحديد أهداف البرنامج

يتم تحديد الأهداف المرجوة من البرنامج الذى يتم التخطيط له فى ضوء ما تسفر عنه نتائج دراسة كل من المجتمع ومقوّمات البيئة الطبيعية وخصائص الجمهور المستهدف من البرنامج والإمكانات المادية والمالية والبشرية المتوافرة للبرنامج، إذ أن أهداف البرنامج تتأثر بكل من المتغيرات التالية:

- النظم السائدة فى المجتمع والعادات والتقاليد والمعتقدات التى يتبناها أفراد هذا المجتمع ، إذ أن تلك المتغيرات تتأثر بثقافات المجتمعات، فالمجتمعات العربية تختلف عن المجتمعات الأخرى ، ولذا فإن عند تحديد أهداف البرنامج يجب مراعاة هذه العادات والتقاليد والمعتقدات والنظم السائدة فى المجتمع.
- السن ونوع الجنس ، حيث أن أهداف برامج الترويح المائى المُعدة للأطفال تختلف عن تلك الموضوعة للشباب وكبار السن أو للذكور أو للإناث، إذ أن كبار السن يكونوا فى حاجة إلى التأمل والاستمتاع بأداء أوجه نشاط تتميز بعدم المخاطرة بينما الشباب يميلون إلى أشباع ميولهم للمنافسة والمغامرة، فى حين أن الأطفال يرغبون فى إشباع الدافع لديهم للعب فى الماء واستكشاف بعض الألعاب المرحة وغير الخطرة . كما أن الإناث يميلون إلى إشباع الدافع لديهم للمشاركة فى مناشط الترويح المائى التى تتميز بالأمان وعدم المخاطرة.
- الحالة البدنية والصحية إذ أن المرضى والمعاقين يميلون إلى ممارسة أوجه نشاط الترويح المائى التى تحقق لهم الاسترخاء أو تحسين حالتهم الصحية، بينما الأصحاء يميلون إلى إشباع حاجاتهم إلى إثبات الذات والمنافسة وإشباع حاجاتهم للمغامرة وذلك وفقاً لما يتميزون به من قدرات.

- ظروف المجتمع المرتبطة بسياسته فى جميع المجالات وكذلك بطبيعة أنواع المشكلات التى تواجه تقدمه.

كما يجب على مصممى برامج الترويح المائى مراعاة أهم الاعتبارات التالية عند تحديدهم لأهداف تلك البرامج ، وهى:

- تعبير الأهداف عن حاجات الجمهور المستهدف من البرامج، وكذلك تمثيلها لكل من رغباته وميوله واهتماماته ودوافعه.
- التوافق مع متغيرات السن ونوع الجنس والحالة الصحية والحالة المرضية للأفراد الذين يتم تخطيط البرامج لهم لإشباع حاجاتهم.
- مراعاة الأهمية النسبية للأهداف أو بما يسمى بأولوية الأهداف، بحيث يتم اختيار أكثرها أهمية وتحديدها ليعمل البرنامج على تحقيقها.
- أن تكون الأهداف واقعية بمعنى أنه يمكن تحقيقها بالإمكانات المادية والبشرية المتاحة لتنفيذ البرنامج.
- **صياغة أهداف ترتبط بالاستمتاع بممارسة مناشط الترويح المائى، وذلك كالأهداف التالية:**

* الاستمتاع بروح اللعب وممارسة مناشط الترويح المائى واستثمار أوقات الفراغ والترويح عن الذات.
* تنمية القدرة على الفهم الأفضل للبيئة المائية والتعرف على العديد من عناصرها أو قوانينها وكذلك الوقاية من التلوث البيئى والاستفادة من البيئة الصحية التى يتوافر بها الهواء النقى والهدوء، بعيداً عن الضوضاء.
* تزويد الممارسين لمناشط الترويح المائى بالعديد من الخبرات فى هذا المجال وكذلك بأنواع المعرفة المرتبطة به.

* إشباع الميل أو الدافع للمنافسة مع الذات أو مع الآخرين أو مع الطبيعة وكذلك إشباع الحاجة إلى الإحساس بالتفوق على الذات Le Dépassement de Soi. وتنمية مفهوم الذات Self Concept .

* إشباع الميل إلى المشاركة فى نمط أو أسلوب جديد للحياة، لتحقيق ظروف أفضل للحياة لمواجهة الروتين اليومى لحياة المدنية الحديثة.

* الاسترخاء والتخلص من التوتر النفسى أو التوتر العصبى الناتج عن ضغوط الحياة وأعبائها.

* إيقاظ الإحساس بالحاجة للعودة إلى الطبيعة وإلى الاستمتاع بمناشط الترويح المائى وحياة الخلاء.

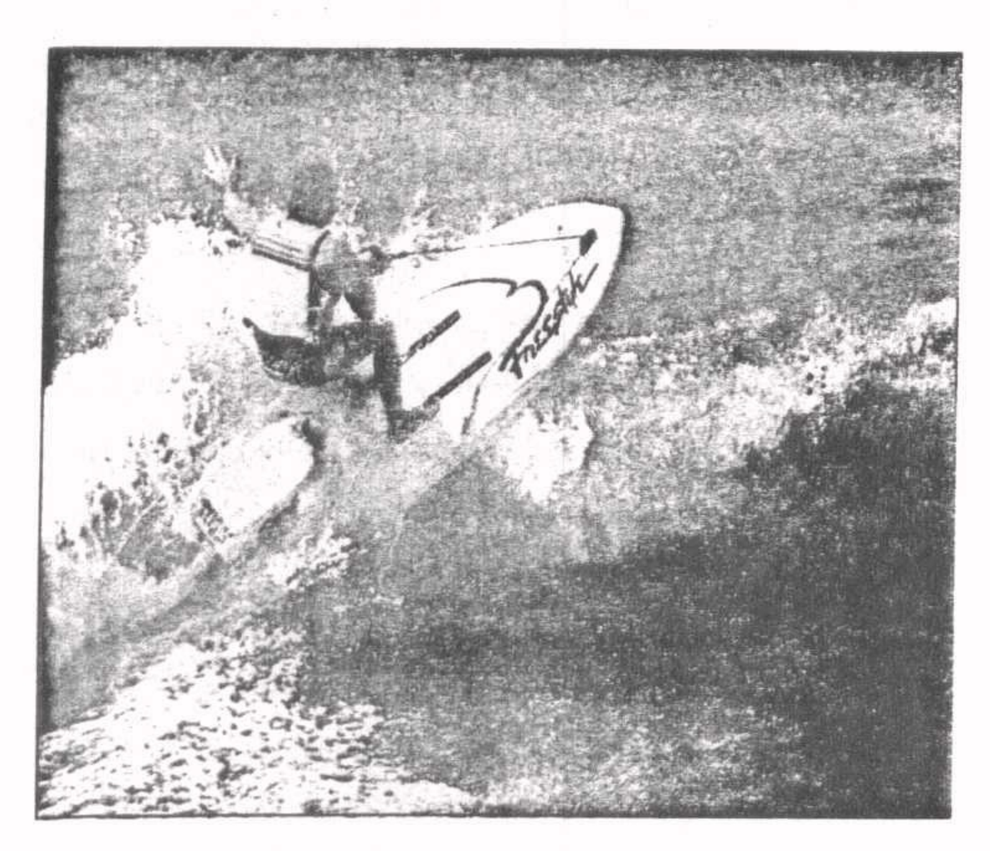
* تنمية القيم والخبرات الجمالية التى من شأنها زيادة مقدار السعادة والسرور الشخصى.

* الاستمتاع بالشاطئ وبالمناشط المرتبطة به كالمشى أو التنزه سيراً على الأقدام، وبالتنزه فى البحار أو الأنهار، وبمشاهدة المناظر الجمالية وتصويرها.

* إشباع الحاجة للالتقاء مع أفراد أو جماعات من ذوى الميول والاهتمامات المشتركة.

* تعلم الممارسين لمناشط الترويح المائى لكيفية الوقاية من الإصابة فى أثناء الممارسة من خلال التعرف على أهم عوامل الأمان والسلامة المرتبطة بنوع النشاط.

* تحقيق الرغبة فى معالجة الأمراض لدى كل من المرضى أو المعاقين وكبار السن، أو تحسين حالتهم البدنية والصحية.



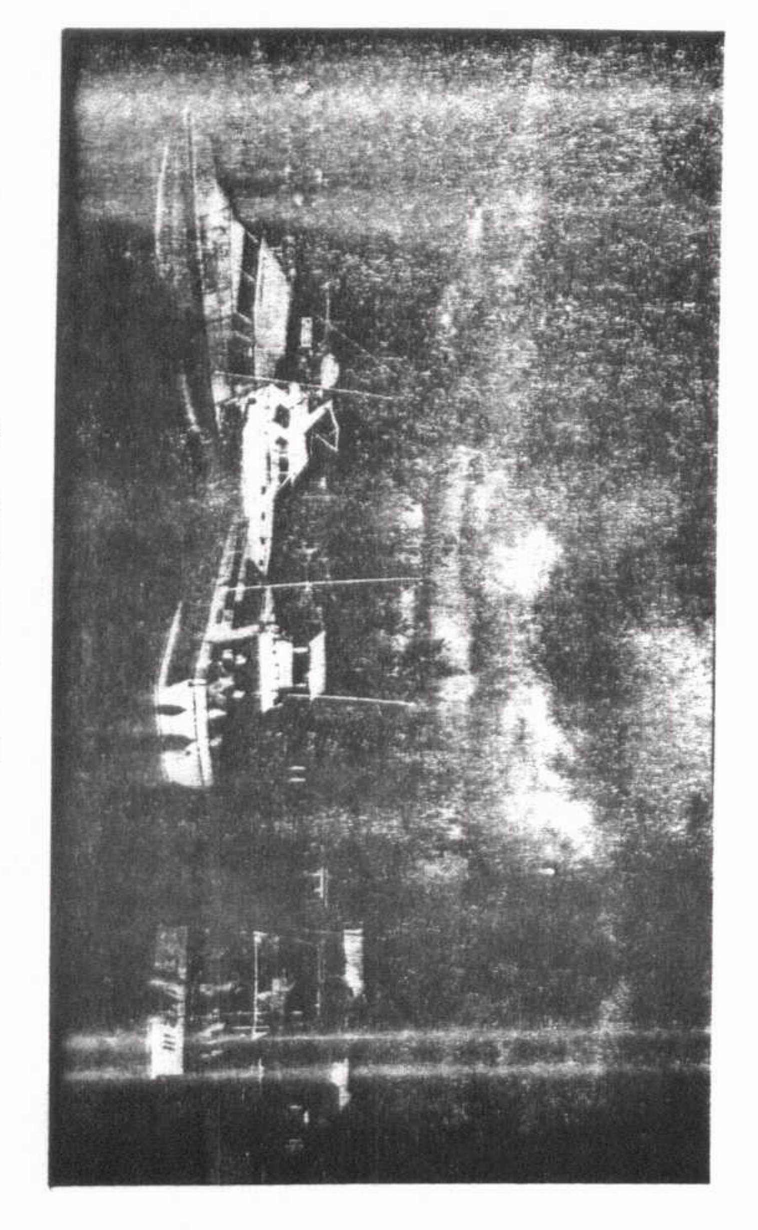
من أهداف برامج الترويح المائى إشباع الدافع للمغامرة أو المخاطرة

وبذلك يتضح أن تحديد أهداف برامج الترويح المائى تهتم بتحقيق النمو الشامل والمتكامل للمشاركين فى أوجه النشاط التى تتضمنها تلك البرامج، حيث تهتم بكل من الجانب الصحى والبدنى والنفسى والاجتماعى والمعرفى للأفراد الذين يتم تصميم هذه البرامج لهم، إلى جانب اهتمامها بالجانب التربوى وبالوقاية من متغيرات المدنية الحديثة.

اختيار مناشط البرنامج

فى ضوء تحديد أهداف البرنامج يتم اختيار مناشط الترويح وفقاً للعديد من المعايير العلمية التى يجب مراعاتها فى هذا الشأن، ومن أهمها المعايير التالية:

- **معيار الإنجاز:** والمقصود به ضرورة وجود علاقة وثيقة بين أوجه النشاط المختارة والأهداف بطريقة تسمح بتحقيق هذه الأهداف، إذ أن المناشط التى يتم اختيارها تكون بمثابة وسائط لتحقيق الأهداف المرجوة من البرنامج.
- **معيار الاهتمام:** ويُشير إلى ضرورة مراعاة أوجه النشاط المختارة للبرنامج لاهتمامات الأفراد أو الجماعات المستهدفة منه ، وذلك حتى تكون مرغوبة منهم، ومن ثم يؤكد هذا المعيار على ضرورة تنويع أوجه النشاط بالبرنامج حتى تتاح الفرص لهؤلاء الأفراد أو الجماعات لإشباع ميولهم أو اهتماماتهم أو احتياجاتهم المتعددة.
- **معيار النضج:** ويُعبر هذا المعيار عن ضرورة اختيار أوجه نشاط البرنامج فى ضوء مراعاة مستوى نضج الممارسين، حيث أن العديد من المناشط التى تناسب الصغار لا توافق الشباب أو كبار السن، إذ يوجد تفضيل أكثر لبعض مناشط الترويح المائى فى مرحلة عمرية ما عن غيرها من المراحل الأخرى وفقاً لاستعدادات وقدرات هؤلاء الممارسين أو المشاهدين لمناشط الترويح المائى.



للخبرة دور في اختيار مناشط الترويح المائي

- **معيار الخبرة :** وهذا المعيار يدل على أهمية اختيار أوجه النشاط فى ضوء خبرات المشاركين فيها ، وتجاربهم السابقة ومدة ممارستهم لهذه الأوجه من النشاط، مما يؤدى إلى تنظيم هذه المناشط وتتابعها Sequence وفقاً لمستويات الخبرة لدى هؤلاء المشاركين فى البرامج.

- **معيار المنفعة :** والمقصود بهذا المعيار هو تحقيق استفادة للممارسين لأوجه النشاط المختارة ، وترتبط هذه المنفعة بمدى تحقيق أو إشباع احتياجات هؤلاء الأفراد ومدى استمتاعهم بهذه المناشط ، كما ترتبط هذه المنفعة أو الاستفادة بمستويات المشاركة فى مناشط الترويح المائى.

- **معيار الواقعية :** ويدل هذا المعيار على إمكانية تنفيذ أوجه النشاط المختارة بالإمكانات المادية والبشرية المتاحة، إذ لا يمكن اختيار أوجه نشاط لا يتوافر لممارستها الإمكانات اللازمة لذلك.

- **معيار الأمان والسلامة :** ويؤكد هذا المعيار على اختيار أوجه نشاط الترويح المائى بما يحقق الحماية للمشاركين فى أدائها ، ومن ثم يتحقق لهم الوقاية من التعرض للمخاطر أو الإصابات فى أثناء ممارستهم لهذه المناشط نتيجة لمراعاتها لظروف هؤلاء المشاركين فى البرامج.

- **معيار الاقتصاد :** يُعبر ذلك المعيار عن ضرورة مراعاة أن تكون أوجه النشاط المختارة معتدلة التكلفة حتى يزداد الطلب على ممارستها ، مع مراعاة أن تتمشى هذه التكلفة مع نوع النشاط المائى المراد الاستمتاع بممارسته أو مشاهدة أحداثه، وبما يضمن الجودة للمنتج.

- **معيار القيمة النسبية :** ويدل هذا المعيار على ضرورة اختيار أوجه النشاط فى ضوء المفاضلة فيما بينها وذلك وفقاً للعديد من المتغيرات كالسن والجنس والمنفعة والتكلفة وعوامل الأمان والسلامة، وفى ضوء تلك المتغيرات يتم تحديد الأولوية فى اختيار مناشط الترويح المائى.

- **معيار الاستمرارية:** ويُشير هذا المعيار إلى ضرورة شمول البرنامج على العديد من أوجه النشاط التى يمكن للمشاركين أدائها على مدى سنوات عديدة من عمرهم دون التقيد بالسن، وذلك كالسباحة والتنزه البحرى أو النهرى وصيد الأسماك وركوب الدراجات المائية والتجديف.

وبذلك فإن اختيار مناشط الترويح المائى يجب أن تتنوع لتشبع ميول واهتمامات واحتياجات الممارسين فى جميع المراحل العمرية وتحقق لهم الفائدة أو المنفعة Utility المرجوة، كما يجب أن تتناسب مع استعدادتهم وقدراتهم وفقاً لمراحلهم العمرية، وذلك بالإضافة إلى إمكانية تنفيذها بالإمكانات المادية والبشرية المتاحة وضرورة أن يتوافر لها وسائل الأمان والسلامة والتكلفة المعتدلة ، مما يؤدى إلى أن تكون هذه الأوجه من النشاط مرغوبة من المقبلين على ممارستها أو مشاهدتها ، ومن ثم يزداد الطلب عليها، وبما يحقق للبرنامج الإيرادات المرجوة.

الوقاية من المخاطر أو الإصابات المرتبطة بممارسة مناشط برامج الترويح المائى

فى دراسة علمية أجراها كل من جنكيز Jenkis وستيفنز Stevens (١٩٨٩) عن المخاطر أو الإصابات التى يتعرض لها الممارسين لرياضات الانزلاق المائى فى بريطانيا ، أشارت النتائج إلى أهم الأسباب التى تؤدى إلى تلك المخاطر أو الإصابات ، وهى:

- عدم توافر وسائل الأمان والسلامة فى الأجهزة الحديثة المستخدمة فى ممارسة الانزلاق على الماء.
- عدم مراعاة درجات ونسب تدفق الماء Water - Flow فى الأماكن المخصصة لممارسة هذا النوع من الترويح المائى.
- عدم توافر الخبرة السابقة لدى بعض الممارسين لرياضة الانزلاق على الماء.

كما أن العديد من مناشط الترويح المائى تُعد من المناشط التى تتميز بالمغامرة والمخاطرة Actvités Risques ولذا يجب مراعاة كيفية الوقاية من مخاطرها أو من الإصابات التى قد تلحق بالممارسين لهذه الأوجه من النشاط، ومن أهم الاعتبارات التى يجب مراعاتها فى هذا الشأن ما يلى:

- تحقيق الممارسين الحد الأدنى من الإعداد البدنىPréparation Physique Minimine الذى يتطلبه أداء بعض مناشط الترويح المائى حتى يمكن تفادى العديد من المخاطر.
- احترام الممارسين لقواعد الأمان والسلامة فى أثناء ممارستهم لمناشط الترويح المائى وعدم إهمال ذلك ، حيث أن عدم مراعاة هذه القواعد يؤدى إلى إلحاق الأذى أو الضرر بهم.
- تعريف الممارسين بأنواع الإصابات التى قد تلحق بهم وفقاً لنوع النشاط الذى يتم ممارسته، وكذلك تعريفهم بطرق الوقاية منها أو معالجتها.
- توفير مشرفين مؤهلين علميا فى مجال الترويح المائى يؤدى إلى منع وقوع العديد من الإصابات للممارسين للمناشط التى يرغبون فى أدائها.
- توفير أدوات الإنقاذ حتى يمكن للممارسين لمناشط الترويح المائى استخدامها وقت الحاجة إلى ذلك، حتى يتم وقايتهم من المخاطر التى قد يتعرضون لها عقب إخفاقهم فى أدائها.
- التأكد من صيانة المعدات المستخدمة فى الترويح المائى، وإقرار صلاحيتها قبل المشاركة فى أداء مناشط البرنامج.
- الإعلان عن الأماكن الخطرة التى لا يجب اقتراب الممارسين لمناشط الترويح المائى منها نظراً لوجود الصخور بها أو لتلوثها، وذلك لحمايتهم من الاصطدام بهذه الصخور الخطرة أو لعدم إصابتهم بأمراض مرتبطة بالتلوث البيئى.

- عدم استخدام الدراجات أو القوارب ذات المحرك فى الأماكن المخصصة للسباحة، وذلك لوقاية ممارسى السباحة من الإصابة أو التعرض للمخاطر.

- مراعاة اجتياز الممارسين للقوارب أو الدراجات المائية ذات المحرك لاختبار قيادة حتى يسمح لهم بقيادة تلك الدراجات أو القوارب وفقاً لمبادئ الأمان والسلامة.

- مراعاة الإرشادات والتعليمات التى ترتبط بطبيعة وحجم الأمواج وقوة المد والجزر والتيارات المائية، وضرورة التزام الممارسين لمناشط الترويح المائى بها.

- مراعاة الإرشادات والتعليمات المرتبطة بممارسة العديد من مناشط الترويح المائى التى تتسم بالمخاطرة أو التعرض للإصابة ، وذلك كالإرشادات التالية:

• بعض الإرشادات الهامة لتحقيق الأمان والسلامة فى الوسط المائى وللوقاية والحد من حالات الغرق:

* مراقبة الأطفال وهم يلعبون بالقرب من الماء حتى لا ينجرفون سهواً إلى مياه الشاطئ ، ومن ثم يتعرضون لمخاطر الغرق.

* عدم السباحة فى مياه مجهولة العمق أو التيارات المائية الجارفة بدون مصاحبة بعض الأصدقاء الذين يجيدون السباحة والإنقاذ.

* عدم الثقة الزائدة فى النفس بين متدربين السباحة حيث إن ذلك يؤدى إلى الاستهتار وعدم اتباع التعليمات والإرشادات ، ومن ثم التعرض لمخاطر الغرق.

* التأكد دائماً من عدم تسرب الهواء من العوامات أو المراتب العائمة أو لعب الأطفال الطافية فوق سطح الماء، حتى لا يؤدى ذلك إلى غرق الأطفال أو من لا يستطيع السباحة من الكبار.

* مراعاة عدم الانزلاق من على الصخور فى أثناء صيد الأسماك أو من على شواطئ الأنهار، وذلك حتى لا يتعرض الأفراد للغرق نتيجة السقوط من مرتفعات أو الإصابة قبل الوصول إلى الماء، أو لعدم القدرة على السباحة فى مياه عميقة.

* عدم القفز فى مياه ضحلة لعدم التعرض لبعض الإصابات التى قد تؤدى إلى الإصابة بكسور لبعض أجزاء الجسم وأخطرها تلك التى قد تحدث فى العمود الفقرى.

* تأكد الكبار من موقع نزول الأطفال للماء حتى يتم معرفة طبيعة الموقع.

* عدم السباحة لمسافات بعيدة فى مياه عميقة منعاً لحدوث الغرق نتيجة الإجهاد أو الإحساس بالدوار، أو الإصابة ببعض التقلصات العضلية فى أثناء السباحة، أو للتعرض للدوامات المائية أو حدوث تغييرات مفاجئة فى الجو قد تؤدى إلى تعذر الرؤية أو ارتفاع الأمواج.

* مراعاة توافر الخبرة فى استخدام جميع المركبات المائية كالقوارب والدراجات ذات المحركات.

* الالتزام بالتعليمات المدونة على لوحة الإرشادات فيما يرتبط بالسباحة على الشاطئ.

● **بعض الإرشادات الهامة لتحقيق الأمان والسلامة فى الغوص والحد من مخاطره:**

* عدم الغوص بعد تناول الطعام بكميات كبيرة إلا بعد ثلاث ساعات على الأقل وذلك حتى تكون عملية الهضم قد اكتملت.

* عدم الغوص فى حالة الإصابة بنزلة برد، لأن ذلك يُحدث عدم القدرة على معادلة الضغط فى الأذنين والجيوب الأنفية ، ومن ثم يتعرض الغواص للمخاطر.

* عدم الغوص فى حالة الإصابة بمرض الحساسية فى الصدر أو الربو، وذلك حتى لا يتعرض الغواص إلى بعض المشكلات المرتبطة بعدم القدرة على التنفس الجيد.

* الاهتمام بالظروف الطبيعية لتقرير مدى ملاءمتها للغوص، وذلك حتى لايتعرض الغواص للعديد من المخاطر التى ترتبط بالظروف الطبيعية غير المناسبة للغوص.

* تجنب الغوص الانفرادى والحرص على الغوص مع غواص مؤهل وقادر على مد يد المساعدة فى وقت التعرض للمخاطر، وكذلك عدم تجاوز الأوقات القصوى فى الغوص.

* عدم الغوص إلى عمق يزيد عن (١٣٠) قدماً لأن الأكسچين الموجود بالاسطوانة التى يستخدمها الغواص يصبح ذا أثر سام.

* مراجعة صيانة معدات الغوص بشكل دورى والحرص على العناية بجهاز ملء الهواء وتغيير الفلاتر حتى لا يتسبب عدم الاهتمام بذلك فى تلوث الهواء والإصابة بغيبوبة فى حالة متقدمة تنتج عن التلوث الهوائى.

* مراقبة مقياس الهواء بشكل متكرر لمراقبة انتهاء الهواء أو انقطاعه بسبب خلل فى الجهاز حتى يتم تقرير الخروج من الماء.

* عدم غوص النساء فى أثناء فترة الحمل.

* اختيار موقع مناسب للنزول والصعود منه والبعد عن المناطق الصخرية التى تتميز باللزوجة فى أثناء الصعود.

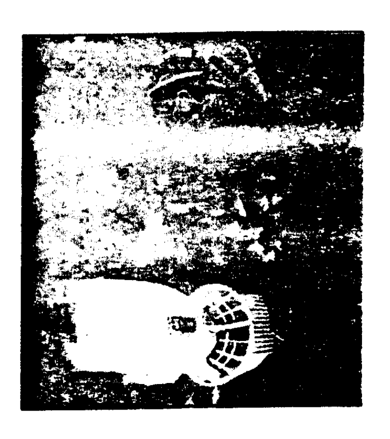
* وضع علامة أو راية فى مكان الغوص حتى يتم تنبيه حركة سير القوارب، ومن ثم الابتعاد عن مكان الغوص.

* عدم إيذاء أى من أنواع الكائنات البحرية حتى لا يتسبب ذلك فى مهاجمة تلك الكائنات الحية للغواص، وبوجه خاص الكائنات المفترسة.

* عدم دفع القاع عند الصعود ، إذ يؤدى الصعود السريع إلى حدوث انفجار للرئة نتيجة للارتفاع السريع فى ضغط الهواء أو الاصطدام ببعض الصخور أو القوارب التى قد تكون فى موقع الصعود.

* التأكيد على اتباع تعليمات الغوص حتى لا يتعرض الغواص لأى مخاطر تؤثر على حياته.

ومن خلال مراعاة تلك الاختبارات أو الإرشادات فإنه يمكن الحد أو الوقاية من المخاطر أو الإصابات المرتبطة بممارسة مناشط الترويح المائى، وبذلك يتحقق لممارسيها الأمان والسلامة والاستمتاع مدى الحياة بممارسة هذه الأوجه من النشاط دون مخاطره طالما أن حالتهم الصحية والبدنية تسمح لهم بممارسة ما يفضلونه من نشاط.



يجب اتباع الإرشادات المرتبطة بالأمان والسلامة فى الغوص



المبادئ التى يجب مراعاتها فى تصميم البرامج لضمان تحقيق أهدافها

هناك العديد من المبادئ التى يجب على المسئولين عن تصميم برامج الترويح المائى مراعاتها حتى يتم النجاح فى تحقيق أهدافها ، والتى من أهمها ما يلى:

- توفير القيادات والعاملين بمجال الترويح المائى بالكم والكيف الذى يسمح بالإسهام فى تحقيق أهداف البرنامج فى ضوء المناشط المتنوعة والمناسبة للعديد من المتغيرات المرتبطة بالأفراد المستهدفين من البرنامج.
- استخدام نظام التحفيز فى استثارة دافعية الأفراد لممارسة مناشط برامج الترويح المائى، وكذلك العمل على تحفيز العاملين بالمجال.
- توفير مصادر تمويل برامج مشروعات الترويح المائى، وذلك حتى يتم تقديمها - البرامج - وفقاً لما يجب أن تكون عليه من معايير علمية.
- ضرورة أن يتوافر للبرنامج كل مقوّمات النجاح ، وذلك بمراعاة العديد من المتغيرات والخدمات التى تسهم فى تنفيذه وفقاً للتخطيط العلمى له.
- التأكيد على احترام الإجراءات والتعليمات المرتبطة بتوفير عوامل الأمان والسلامة والوقاية من المخاطر أو الإصابات التى قد ترتبط بممارسة مناشط الترويح المائى التى تتضمنها البرامج.
- التعاون مع المشروعات المائية الأخرى فى تبادل الخبرات فى مجال تصميم برامج الترويح المائى.
- اهتمام إدارة المشروعات المائية بالرقابة على كل ما يتم تقديمه من قبل هذه المشروعات للمترددين عليها.
- مراعاة أن يتضمن البرنامج تنمية المعرفة بالترويح المائى لدى الأفراد والجماعات حتى يزداد الطلب على المشاركة فى البرنامج الموضوع ، ويمكن

تحقيق ذلك من خلال الإعلان والدعاية والإعلام لتدعيم مفهوم الترويح المائى وأهميته للحياة المعاصرة والتأكيد على الدور الإيجابى للمشاركة فى مناشط البرامج المعدة، **ومن ثم تأثير تلك المشاركة على كل من المتغيرات التالية:**

- تنمية الحالة الصحية واللياقة البدنية، وتحسين نوعية الحياة وتأخير ظهور أعراض الشيخوخة.
- الوقاية من العديد من أمراض القلب والأوعية الدموية وأمراض القلق والاكتئاب النفسى.

كما أنه يجب لتنمية المعرفة بأهمية الترويح المائى واستثارة دافعية الأفراد والجماعات نحو المشاركة فى المناشط التى تتضمنها البرامج المُعدة لذلك، مراعاة أهم ما يلى:

- عرض العديد من الأفلام الإعلامية التى تؤكد على أهمية الترويح المائى للإنسان.
- إقامة الندوات وتعميق النقاش والحوار حول مردود ومزايا المشاركة فى برامج الترويح المائى، وذلك للحاضرين أو المشاركين فى فعاليات هذه الندوات.
- استخدام مبدأ التحفز والإثابة واطلاع المشاركين فى مناشط تلك البرامج المعدة على كل ما يتحقق لهم من إنجاز، وذلك حتى تزداد فاعلية مشاركتهم.
- الاهتمام بوسائل الإعلان والدعاية والإعلام التى تزيد من معرفة الأفراد لإيجابيات البرنامج والتأثير الإيجابى فى اتجاهاتهم نحو المشاركة فى مناشطه المتعددة.

ويُشير أمين الخولى إلى أن الاستراتيجية الإعلامية تتكوّن من عدد من العناصر بغرض تحقيق الأهداف المطلوبة من الحملة Campain الإعلامية، وأهم هذه العناصر ما يلى:

- **العناصر الأدبية** ، وذلك حتى يمكن صياغة الشعارات بأسلوب لغوى مناسب ومفهوم يُعبر عن المضمون المطلوب لاستثارة دافعية الأفراد للمشاركة فى البرامج المعدة.
- **العناصر البشرية** ، وذلك يتوافر من خلال الاستفادة من الشخصيات الاجتماعية المرموقة والمؤثرة فى الآخرين والتى تكون قدوة للأفراد والجماعات المستهدفة من الحملة الإعلامية ، وذلك كالمفكرين والأدباء والسياسيين والرياضيين المعروفين ونجوم الفن.
- **العناصر المكانية** ، ويُشير ذلك إلى توجه الحملة الإعلامية إلى تجمعات الأفراد أو الجماعات المستهدفين من البرنامج، وتوفير وسائل الإعلان والدعاية والإعلام فى أماكن تلك التجمعات.
- **العناصر الزمنية** ، وذلك يعنى إتاحة الوقت الكافى لأحداث التأثير المطلوب فى الأفراد أو الجماعات المستهدفين من الحملة الإعلامية.
- **العناصر الاقتصادية** ، وترتبط بتكلفة الأجهزة والأدوات والمعدات الرياضية وبوسائل الإعلان والدعاية والإعلام.
- **العناصر الوجدانية** ، وذلك بغرض استثارة دافعية الأفراد أو الجماعات للمشاركة فى مناشط البرامج المعدة وتكوين اهتمامات لديهم وتشكيل اتجاهاتهم نحو المشاركة فى هذه البرامج، وإقناعهم بأهميتها لحياتهم وحالتهم البدنية والصحية.

• **العناصر الاجتماعية :** إذ يجب أن تراعى الحملة الإعلامية العديد من الاعتبارات الاجتماعية المؤثرة فى المشاركة فى البرامج استجابة لتلك الحملة، وذلك كالمستوى الاقتصادى والاجتماعى للأفراد أو الجماعات، نسبة الأمية التعليمية والرياضيـة فى المجتمع ، نظرة المجتمع للتربيـة البدنية والرياضة والترويح ، العـادات والتقاليد والأعـراف السائدة فى المجتمع.

• **العناصر السكانية :** إذ يجب على مخططى الحملات الإعلامية فى مجالات الرياضة للجميع والترويح مراعاة التركيبة السكانية فى المجتمع والتى توزيع السكان فى المجتمع وفقاً للسن ونوع الجنس والمستوى الاجتماعى والاقتصادى والثقافى.

• **عناصر تتصل بالرأى العام :** وذلك لتعبير الرأى العام عن الرأى السائد فى المجتمع ، والذى يكون له صفة الاستقرار النسبى، ومن ثم يجب ان تهتم الحملة الإعلامية بتوضيح مفهوم الرياضة للجميع والترويح بوجه عام، والترويح المائى بوجه خاص، وذلك حتى يمكن تكوين رأى عام إيجابى نحوهما.

- تقويم فاعلية البرنامج المعد لتحقيق الأهداف المرجوة وذلك من خلال تجريبه قبل التطبيق أو التنفيذ النهائى له ، وذلك للتأكد مما يلى:

• هل يوجد زيادة فى الطلب على المشاركة فى البرنامج من قبل الأفراد أو الجماعات الذين أُعد لهم هذا البرنامج؟

• هل أهداف البرنامج تُعبر بالفعل عن حاجات هؤلاء المستهدفين من بناء البرنامج؟

- هل الأهداف الموضوعة للبرنامج لبلوغها يمكن قياس نتائجها؟
- هل أوجه نشاط البرنامج تتمشى مع كل من ميول واهتمامات وحاجات الأفراد والجماعات المستهدفين من بناء البرنامج وكذلك تتوافق مع كل من استعداداتهم وقدراتهم ومستوى نضجهم؟
- هل أوجه النشاط مناسبة لتحقيق الأهداف المرجوة من البرنامج الموضوع والتى تُعبر عن حاجات الأفراد والجماعات؟
- هل تم الاستفادة فى تحديد أوجه نشاط البرنامج من الإمكانات المتاحة فى البيئة المحيطة بالمشروع ومن المقوّمات الطبيعية المتوافرة بهذه البيئة؟
- هل يتم تقديم البرنامج فى التوقيتات المناسبة للمقبلين على المشاركة فى مناشطه وذلك فى خلال أيام الأسبوع أو العطلات الأسبوعية؟

وبذلك نرى أنه لكى يتم تحقيق النجاح لبرامج الترويح المائى يجب مراعاة العديد من المبادئ المرتبطة بالمعايير العلمية والأسس النظرية والتطبيقية للإدارة لتحفيز الأفراد والجماعات على المشاركة فى مناشط هذه البرامج وكذلك تحفيز العاملين بمشروعات الترويح المائى على تطوير مستوى كفاءتهم.

وفى دراسة علمية قام بها ولف فيرك Wolf Vierch (١٩٨٩) عن المتنزه المائى Wonder Splash بإنجلترا ، أشارت نتائجها إلى أن أهم مميزات هذه المتنزه هى:

- اتباع إدارة المتنزه لنظام يخصص مكافآت مالية كل عام للعاملين به لزيادة تحفيزهم على العمل بكفاءة والتزام.
- تخصيص جوائز تقديرية من قبل إدارة المتنزه لتقديمها للمترددين بانتظام على المتنزه والمشاركة فى مناشطه.

• زيادة الرقابة من قبل المسئولين عن الخدمات والبرامج والمناشط المائية المقدمة من المتنزه.

• توافر وسائل الأمان والسلامة فى أماكن الممارسة لتحقيق الوقاية من المخاطر أو الإصابات التى يتعرض لها الممارسين لمناشط الترويح المائى.

• الاهتمام بتدريب العاملين المسئولين عن الإشراف على مناشط الترويح المائى من أجل معرفة كيفية تشغيل الأجهزة والأدوات الحديثة المرتبطة بهذه المناشط.

• توافر المتنزه أماكن مناسبة لبيع الأجهزة أو الأدوات الضرورية لممارسة مناشط الترويح المائى أو تأجيرها، وذلك حتى يسهل على المترددين على المتنزه ممارسة تلك المناشط.

• توافر بالمتنزه العديد من الكافيتريات لتناول الوجبات والمشروبات وإشباع حاجات المترددين على المتنزه، وتوفير وسائل الراحة لهم، ومراعاة رغبات وميول المترددين على المتنزه فيما يرتبط بممارسة أنواع من مناشط الترويح المائى أو الاستجمام والخلود للراحة.

• مراعاة رغبات وميول المترددين على المتنزه فيما يرتبط بممارسة أنواع مناشط الترويح المائى أو الاستجمام والخلود إلى الراحة.

وبذلك نرى أن عملية تصميم برامج الترويح المائى تمر بالعديد من المراحل التى يجب مراعاتها فى التخطيط المبنى على نتائج الدراسات العلمية والإحصائيات المتوافرة عن كل متغيرات أو عناصر التصميم، حتى يمكن أن يتوافر لها مقوّمات النجاح وتحقيق الأهداف المرجوة منها بفاعلية حتى يزداد الطلب على مناشطها وخدماتها، ومن ثم يزداد انتشار الترويح المائى بين المواطنين وكذلك حركة نمو مشروعاته.



الفصل الثالث

التسويق فى مجال الترويح المائى





- مفهوم التسويق فى مجال الترويح المائى.
- عناصر التسويق فى مجال الترويح المائى .
- أهمية تسويق برامج ومناشط الترويح المائى.
- التخطيط للتسويق فى مجال الترويح المائى.
  - أولاً : تحديد أهداف التسويق.
  - ثانياً : تحليل تاريخ التسويق.
  - ثالثاً : دراسة البيئة التسويقية.
  - رابعاً : تحديد الايجابيات والسلبيات فى خطط التسويق.
  - خامساً : تحديد موضوع التخطيط للتسويق.
  - سادساً : اختيار استراتيجية التسويق.
  - سابعاً : اختيار وسائل الإعلان والدعاية والإعلام.
  - ثامناً : تطوير الأفكار المرتبطة بالمنتج.
  - تاسعاً : تقديم تحليل مالى للتسويق.
  - عاشراً : تنفيذ الخطط العلمية للتسويق.
  - حادى عشر :تقويم استجابة المترددين على المشروع.
- قائمة صنع القرار التسويقى فى مجال الترويح المائى.
- التمويل فى مجال مشروعات الترويح المائي.

التسويق فى مجال الترويح المائى

مفهوم التسويق فى الترويح المائى

يمثل التسويق مزيجاً متكاملاً ومتفاعلاً لمجموعة من العناصر والجهود وأوجه النشاط التى تسهم فى إيجاد وتوفير عدد من الخدمات لمجموعات من الأفراد المهتمة بمشروعات الترويح المائى حتى يمكن تحقيق الانسيابية لهذه الخدمات وبلوغ الأهداف المرجوة من تقديمها.

كما أن التسويق يهتم بدراسة احتياجات المستهلك - الأفراد - Identifying Customer Needs بغرض إنتاج منتج له القدرة على إشباع تلك الحاجات، مع مراعاة أن المنتج لم يعد قاصراً على المنتجات المادية الملموسة كالمعدات والأدوات والأجهزة أو جميع الاحتياجات المادية للترويح المائى بل أصبح يتضمن كل الخدمات والأفكار التى يمكن تقديمها فى هذا المجال.

وكذلك يهتم التسويق بتدعيم المنتجات الموجودة بالسوق Maintenance Existing Products من خلال تعزيز الجهود التسويقية عن طريق الترويج لتلك المنتجات للحفاظ على مكانتها فى السوق، ويهتم أيضاً بتطوير المنتجات الجديدة New Product Development لمتابعة الاحتياجات السوقية بطريقة مستمرة وما يطرأ عليها من تعديلات ، ومن ثم يسعى إلى تقديم منتجات جديدة أو تطوير المنتجات المعروفة أو الموجودة بالسوق.

ولذا فإن التسويق يشمل عملية تطوير مزيج من الاستراتيجيات للتأثير فى المستهلك Developing A Mix Of Strategies To Influence Customer وذلك المزيج التسويقى يشمل كل من المنتج والسعر والترويج والتوزيع.

وفى دراسة قام بها استولر Stoler وبيتس Pitts (١٩٩٦) عن أساسيات التسويق الرياضى أكدت النتائج على أن عملية التسويق يجب أن تتم من خلال أنظمة المعلومات لضمان دقة اختيار الأساليب التسويقية المناسبة للمنتج المراد تسويقه.

ولقد أصبح التسويق مشكلة عصرية نظراً لأنه يهدف إلى جذب شرائح من جمهور المشروعات المختلفة نظراً لاشتداد المنافسة بين تلك المشروعات على الأسواق المتاحة، كما أصبح المحك لقياس نجاح تلك المشروعات والمحافظة على استمراريتها هو قدرتها على دراسة حاجات واهتمامات جمهورها سواء الحالى أو المتوقع، وذلك فى التوقيت المناسب والمكان الملائم وبالسعر المعتدل ، حتى تحوز على رضا هذا الجمهور وتحافظ على استمرارية زيادة طلبه عليها فى المستقبل.

وهناك اختلاف بين مصطلح التسويق Marketing ومفهوم التسويق Marketing Concept ، حيث أن المصطلح الأول يوضح أوجه النشاط التى تقوم بها الإدارة فى هذا المجال ، بينما المفهوم الثانى يُعبر عن الفلسفة والاتجاهات التى تتبناها الإدارة فى هذا المجال.

والتسويق فى مجال الترويح المائى يُعبر عن كل أوجه النشاط الإدارية والفنية التى تقوم بها المشروعات المهتمة بالترويح المائى سواء على المستوى المحلى أو الإقليمى أو الدولى، وذلك بغرض تحديد الفرص المتاحة - سواء فى الوقت المعاصر أو فى المستقبل القريب أو البعيد - فى الأسواق المتعددة ، ومن ثم العمل على الاستفادة منها من خلال جذبه لتنمية حركة السياحة الرياضية القادمة من هذه الأسواق.

ولذا فان التسويق يهتم باستطلاع الرأى والاتجاهات السائدة فى سوق الترويح المائى وتوجيه الخدمات لتتوافق مع هذه الآراء أو الاتجاهات، وذلك بغرض تحقيق رضا الأفراد عن تلك الخدمات وتحقيق أهداف المشروعات المرتبطة بذلك.

ومن أهم طرق وأساليب التسويق لمشروعات الترويح المائى لزيادة الطلب على الاستمتاع بالخدمات المقدمة من خلالها، الطرق التالية :

- وسائل الاتصـال الجماهيرى كالقنـوات الفضائية والتليفزيون والإذاعة والصحافة، وذلك للإعلان والدعاية والإعـلام عن الخدمات التى تقدمها المشروعات المعنية بالترويح المائى.
- الإعلان عن الخدمات المقدمة فى مشروعات الترويح المائى وذلك من خلال الملصقات واللوحات الإعلانية.
- تقديم الجوائز للمشاركين فى برامج ومناشط الترويح المائى لتحفيزهم على جدية المشاركة وتدعيم اتجاهاتهم نحو هذا النوع من الترويح.
- عقد المؤتمرات الإعلامية للإعلان والدعاية عن أهمية المشاركة فى المهرجانات التى تنظمها مشروعات الترويح المائى.
- تنظيم العروض فى العديد من مناشط الترويح المائى، وذلك كتقديم عروض للسباحة والغطس والانزلاق على الماء واليخوت الشراعية وغير الشراعية والغوص والتصوير تحت الماء، وكذلك تقديم عروض للألعاب المائية.

إلا أنه فى دراسة علمية قام بها وليد سامى (٢٠٠٠) عن تقويم أساليب تسويق أنشطة الترويح الرياضى(*) فى بعض المؤسسات والأندية بجمهورية مصر العربية أشارت النتائج إلى أهم-ما يلى:

- عدم وجود برامج تدريبية منتظمة عن التسويق يتم تنظيمها للاخصائيين فى مجال الترويح الرياضى فى أثناء مدة خدمتهم.

(*) يُعد التسويق للترويح المائى جزءاً متكاملاً من التسويق الرياضى أو التسويق فى مجال الترويح الرياضى.

- عدم وجود كليات أو معاهد متخصصة فى تأهيل القيادات العاملة فى مجال التسويق الرياضى.
- عدم وجود إدارة متخصصة فى تسويق مناشط الترويح الرياضى بالأندية أو أخصائيين متخصصين فى ذلك.
- عدم وجود موازنات مالية مخصصة لتسويق مناشط الترويح الرياضى.

عناصر التسويق فى مجال الترويح المائى

يعتمد التسويق على استثارة دافعية واهتمام الأفراد أو الجماعات أو المجتمعات بمناشط وبرامج وخدمات مشروعات الترويح المائى وذلك بغرض تأكيد مفهوم الترويح المائى وأهميته لهؤلاء الأفراد والمجتمعات والاستمتاع بمناشطه مما يحقق زيادة الطلب على المشاركة فيها، ومن ثم يدعم التسويق قدرة تلك المشروعات على البقاء والاستمرار فى المنافسة Competition مع المشروعات الأخرى، وكذلك يدعم قدرتها على تمويل خططها المستقبلية لتطوير منتجاتها أو التوسع فى تقديم خدمات جديدة. **ولذا يجب الاهتمام بالعناصر التالية حتى يتحقق النجاح للتسويق فى مجال الترويح المائى ، وهى:**

أولاً : المنتج Product

ويُعبر عنه بالمشروعات المراد جذب الأفراد إليها للاستفادة من الخدمات أو البرامج أو المناشط المقدمة منه. ويعتمد المنتج - مشروعات الترويح المائى- على العناصر التالية :

١ - المقوّمات الطبيعية Natural Resources

وهذا النوع من المقومات يشمل كل من المسطحات المائية كالبحار والأنهار والبحيرات والمناظر الطبيعية الأخرى المحيطة بها كالجبال أو المرتفعات، وذلك بالإضافة إلى الظروف المناخية الملائمة لممارسة مناشط الترويح المائى.

٢ - المقوّمات الصناعية Artificial Resources

وذلك النوع من المقوّمات هو من صنع الإنسان وذلك كالقرى السياحية والأندية البحرية أو أندية الرياضات المائية، أو المسطحات الخضراء المزروعة أو الأشكال المعمارية، أو المنشآت أو التجهيزات المرتبطة بالترويح المائى، أو إقامة معارض للأحياء المائية.

٣ - الخدمات والتسهيلات Services and Facilities

وتشمل كل الوسائل التى يتم تقديمها للمشاركين فى مناشط الترويح المائى بغرض جلب الراحة لهم وتهيئة فرص الاستمتاع بالمشاركة فى هذه المناشط أو مشاهدتها وذلك كخدمات المطاعم، والكافتيريا، وبيع الهدايا التذكارية ، وكذلك تقديم خدمات للاتصالات الهاتفية والبريدية والفاكس والتليكس، والاستعلام عن كل ما يرتبط بالمشاركة فى مناشط الترويح المائى.

ثانياً : الترويج Promotion

ويُقصد بذلك كل ما يتم تقديمه عبر وسائل الاتصال الجماهيرية- التليفزيون، الإذاعة، الصحافة، الإنترنت - للتعريف بالمنتج - مشروعات الترويح المائى - واستثارة دافعية الأفراد للمشاركة فى البرامج أو المناشط المُقدمة من قبل تلك المشروعات، وذلك إلى جانب استخدام وسائل الدعاية والإعلان عن هذه المشروعات، ودور العلاقات العامة فى ذلك.

ثالثاً : العنصر البشرى Human Resource

وهو يُمثل القوى العاملة فى مشروعات الترويح المائى سواء فى المستوى الفنى أو الإدارى ، ولذا فإنه يجب الاهتمام الجدى باختيار هؤلاء العاملين وفقاً لأحدث الأساليب العلمية للعمل بكفاءة فى هذا المجال بعد إعدادهم مهنياً، وكذلك يجب الاهتمام ببرامج التدريب أثناء الخدمة لتزويدهم بكل ما هو مستحدث فى المجال من معرفة ومهارات وخبرات واتجاهات.

رابعاً : السوق Market

ويقصد بذلك ضرورة دراسة احتياجات السوق لمشروعات الترويح المائى والتنبؤ بحجم الحركة الوافدة إليها وذلك فى ضوء العديد من المتغيرات الاجتماعية الاقتصادية والثقافية والبيئية - جغرافياً ومناخياً - ووفقاً للعديد من المتغيرات الديموجغرافيا ، وذلك بغرض ضمان النجاح لتلك المشروعات وجذب أكبر عدد من الجمهور للاستفادة من الخدمات التى تقدمها تلك المشروعات مقابل دفع رسوم مادية للمشاركة فى برامجها أو مناشطها.

خامساً : بحوث التسويق Marketing Research

وتهتم هذه البحوث بدراسة الدافعية نحو المشاركة فى برامج ومناشط الترويح المائى، وبدور وسائل الاتصال الجماهيرى فى زيادة الطلب على المشاركة فى تلك البرامج أو المناشط، وتقويم مدى رضا الأفراد عن ما تقدمه المشروعات من خدمات فى هذا المجال ، واستكشاف أهم مناشط الترويح المائى المفضلة لدى الأفراد وفقاً لمراحلهم العمرية المختلفة، وتحديد أهم معوقات المشاركة لديهم.

وفيما يلى توضيحاً لأهم المجالات التطبيقية لبحوث التسويق فى مجال الترويح المائى:

- **بحوث المنتجات :** تهتم تلك البحوث بدراسة فرص نجاح المنتجات الجديدة أو المطوّرة التى يتم طرحها فى السوق وقياس اتجاهات الجمهور - المستهلك - نحوها.

- **بحوث السوق :** يهتم هذا النوع من البحوث بدراسة خصائص الجمهور والعوامل المؤثرة فى قراراتهم نحو المشاركة فى مناشط أو برامج مشروعات الترويح المائى، ومن ثم استكشاف دافعية واهتمام هذا الجمهور بذلك.

- **بحوث البيع :** وتهتم تلك البحوث بتحليل المبيعات أو المردود المادى للخدمات المقدمة من المشروعات أو المؤسسات المعنية بالترويح المائى وكذلك تقويم مناشط الموزعين.

- **وبحوث الإعلان :** ويهتم هذا النوع من البحوث بتحديد أو اختيار أنسب الرسائل الإعلامية ووسائل نشرها ، وكذلك قياس فاعلية الحملات الإعلانية فى الترويج للمناشط والبرامج والخدمات التى تقدمها مشروعات الترويح المائى أو لمبيعات المؤسسات المعنية بهذا المجال.

- **بحوث تكاليف التسويق :** وتهتم تلك البحوث بتحليل التكاليف المرتبطة بالتسويق وفقاً للمنتجات المادية أو الخدمات والجمهور والفترات الزمنية ومناطق وقنوات التوزيع.

- **بحوث المنافسة :** ويهتم هذا النوع من البحوث بدراسة مجالات المنافسة وشدتها والاستراتيجية التسويقية لمواجهة المنافسين ، وذلك من خلال مراعاة أفعال وردود أفعال المنافسين فى السوق والعمل على مواجهة تلك الأفعال وردودها ، كما أن هذه البحوث تسهم فى تحديد ما يتحقق من نجاح Success وفشل Failure مما يتطلب تدعيم المزايا ومواجهة المخاطر أو السلبيات التى يتعرض لها السوق.

سادساً : التكامل Integration

وذلك يتطلب النظر إلى التسويق كوحدة متكاملة، إذ أن نجاح مشروعات الترويح المائى تعتمد على المقوّمات الطبيعية والمقوّمات الصناعية والخدمات والتسهيلات التى يتخذها المنتج - المشروع - وكذلك يستند إلى ضرورة الترويج لتلك المشروعات عبر وسائل الاتصال الجماهيرى، وغير الجماهيرى لجذب الأفراد للاستمتاع بالخدمات التى يتم تقديمها.

كما أن نجاح تلك المشروعات فى تحقيق أهدافها يعتمد على دراسة السوق وما يتطلبه ذلك من بحوث فى مجال التسويق بغرض الاستفادة من مقوّمات المنتج -خدمات الترويح المائى - واختيار الطرق أو الوسائل المناسبة للترويج له.

وكذلك للاستفادة من مقوّمات المشروعات ودراسة السوق والبحوث التسويقية، ولترويج الخدمات التى تقدمها تلك المشروعات، ولتصميم برامج الترويح المائى والإشراف على تنفيذها ، فإنه يجب توفير أفراد على مستوى عالى من التأهيل للعمل بهذا المجال ، وبالكم المناسب الذى يتطلبه حجم العمل.

سابعاً : التكلفة Pricing / Coasting

يُعد تحديد التكلفة - الرسوم المادية - للمشاركة فى الخدمات التى تقدمها مشروعات الترويح المائى من الأهمية لجذب الأفراد للإقبال على البرامج أو المناشط التى تقدمها، وذلك إذا كانت معتدلة الثمن ، كما أن للتكلفة أهمية لتطوير تلك المشروعات وتحديد أهدافها أو خططها التوسعية المستقبلية ، مع مراعاة أن تتمشى مع سياسة العرض والطلب.

أهمية تسويق برامج ومناشط الترويح المائى

ترجع أهمية تسويق برامج ومناشط الترويح المائى أو منتجاته المادية وخدماته فى المشروعات المرتبطة بهذا المجال إلى أنها تحقق العديد من الفوائد والمزايا وإشباع حاجات كل من الأفراد أو الجماعات المستفيدين وكذلك إشباع حاجات المستثمرين فى هذا المجال. كما أن التسويق الناجح يعود على المجتمع بالمنفعة.

وفيما يلى توضيحاً لأهمية التسويق فى رأى كل من الأفراد والمشروعات المرتبطة بالمستثمرين والمجتمع الذى يضم كل من هؤلاء الأفراد والمشروعات المقامة.

أهمية التسويق فى رأى الأفراد المهتمين بالترويح المائى

تتحدد أهمية التسويق فى رأى الأفراد المهتمين بالترويح المائى فى أهم النقاط التالية:

- استثارة دافعية الأفراد نحو الانتفاع بخدمات مشروعات الترويح المائى حتى يتم زيادة الطلب على الاستمتاع بها.
- التأكيد على إشباع الدافع للمغامرة أو المخاطرة وتكوين اتجاهات إيجابية نحو المشاركة فى مناشط الترويح المائى.
- زيادة الوعى بأهمية الترويح المائى للحياة العصرية وذلك من خلال ما يتم استخدامه للإعلان والدعاية والإعلام عن هذا النوع من الترويح.
- الاقتناع بالاستفادة من الخدمات التى تقدمها المشروعات المرتبطة بالترويح المائى فى استثمار أوقات الفراغ.
- توضيح الحاجة إلى العودة للطبيعة والاستمتاع بالمناظر الجميلة واستنشاق الهواء النقى والبعد عن مصادر التلوث.
- تحقيق الاستمتاع باستخدام وسائل الترويح المائى المتطوّرة وفقاً لأساليب التقنية الحديثة.

أهمية التسويق فى رأى مشروعات الترويح المائى

تتضح أهمية التسويق فى رأى المشروعات المرتبطة بالترويح المائى أو بالمستثمرين فى هذا المجال، فى أهم النقاط التالية:

- تحقيق الأهداف المراد بلوغها والمرتبطة بالمنتج - الخدمات والبرامج والمناشط المرتبطة بالترويح المائى - وذلك بمستوى عالٍ وفقاً لما هو مطلوب إنجازه.

- التوسع فى تقديم خدمات جديدة للأفراد لزيادة إقبالهم على ممارسة مناشط الترويح المائى أو مشاهدتها وفقاً لمتطلبات السوق واحتياجاته وبما يحقق استفادة جديدة للأفراد من تلك الخدمات، وذلك من خلال تطوير الخدمات التى تقدمها تلك المشروعات والعمل على تحسين جودة المنتج وفقاً لمتغيرات السوق واحتياجاته وبما يتمشى مع مطالب الأفراد.
- الإبقاء على نجاح المشروعات وتأكيد القدرة على المنافسة مع المشروعات الأخرى وذلك من خلال تقديم خدمات متميزة عما تقدمه المشروعات الأخرى، فكلما كانت الخدمات متطورة ومتميزة كلما زادت قوة جذب الأفراد للانتفاع بها.
- تحقيق ربح يسمح بتمويل الخطط المستقبلية للمشروعات وزيادة قدرتها على تحقيق الأهداف البعيدة المدى التى تم تحديدها من قبل الإدارة، وذلك وفقاً للجداول الزمنية المقترحة للأعمال المطلوب تنفيذها.

أهمية التسويق فى رأى المجتمع

تتضح أهمية التسويق فى رأى المجتمع فيما يرتبط بمشروعات الترويح المائى فى النقاط التالية:

- توفير مشروعات فى مجال الترويح المائى تؤدى إلى استثمار أوقات الفراغ للعديد من الأفراد فى المراحل العمرية المختلفة.
- توفير فرص عمل للعديد من الأفراد للعمل فى مشروعات الترويح المائى مما يقلل من حجم البطالة فى المجتمع.
- تمويل العديد من مشروعات الترويح المائى التى يقيمها القطاع الخاص - رأس المال الحر - أو توفير التمويل المستخدم فى تطهير المسطحات المائية أو

ترميم الشواطئ وإضفاء الشكل الجمالى عليها، مما يقلل من الأعباء المالية التى يجب على الدولة تدبيرها لإقامة هذه المشروعات.

- مساهمة مشروعات الترويح المائى فى الترويج للحركة السياحية لتحقيق معدل عالٍ من التنمية السياحية ، وبوجه خاص سياحة الجوار المرتبطة برياضة اليخوت.
- تحقيق التنمية الاقتصادية للدولة من خلال إسهام ما يتحقق من الاستثمارات الموجهة إلى مشروعات الترويح المائى.

هذا وقد قدمت العديد من الشركات السياحية العالمية بعض تجاربها الناجحة فى مجال تسويق الرياضة لتنشيط الحركة السياحية إلى منظمة الأستا ASTA وذلك حتى يمكن للدول المهتمة بالسياحة الرياضية الاستفادة من تلك التجارب الناجحة والخبرات المرتبطة بها للاسترشاد بها فى مجال تسويق السياحة الرياضية وفقاً لما يتوافر لهذه الدول من مقوّمات طبيعية وإمكانات تسمح لها بإقامة مشروعات تهتم بالرياضة من أجل تنشيط الحركة السياحية.

التخطيط للتسويق فى مجال الترويح المائى

تعتمد المشروعات فى تحقيق أهدافها على اهتمامها بالتخطيط العلمى والموضوعى . ويُعد التخطيط عنصراً أساسياً وهاماً من عناصر الإدارة، إذ يُمثل مرحلة التفكير التى تسبق تنفيذ أى عمل، وبالتالى فهو يزيد من الكفاءة الإدارية وفرص تحقيق النجاح وبلوغ الأهداف المقررة.

كما يُعد التخطيط من الأعمال الإدارية المعقدة، إذ ترتبط عملية التخطيط بتحديد الأهداف ، ومن ثم المدخلات Inputs اللازمة لتحقيق تلك الأهداف، وكذلك ترتبط بتحديد كل من السياسات والإجراءات Policies And Procedures

التى توضح طرق استخدام تلك المدخلات وفقاً لبرامج العمل والجداول المقررة، **وبذلك يكون للتخطيط شقين رئيسين هما:**

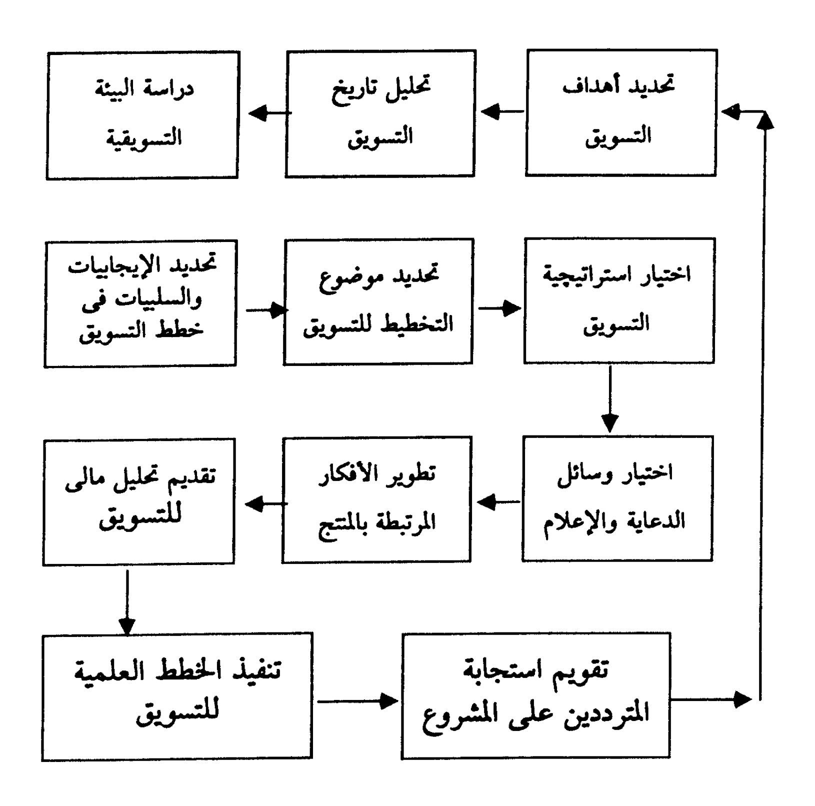
- تحديد الأهداف المراد بلوغها.
- تحديد الأساليب والوسائل والإمكانات الضرورية والمطلوب توافرها لتحقيق الأهداف المرجوة.

وكذلك يوفر التخطيط مدخلاً منظماً للاهتمام باحتمالات المستقبل والتنبؤ بأحداثه، إذ أن التخطيط يكون من أجل النمو أو التطوير بغرض استمرار المشروع فى أداء أعماله وخدماته بالكم والكيف المرجو.

وبما أن التسويق فى مجال الترويح المائى يرمى إلى إيجاد علاقة دائمة وفعاله بين مشروعاته والأفراد أو الجماعات المترددين على تلك المشروعات بغرض تحقيق أقصى إشباع لرغباتهم واهتماماتهم واحتياجاتهم من خلال توفير أنواع متعددة من المناشط أو البرامج أو الخدمات أو المنتجات بالكميات Quantity والجودة Quality والأسعار Price المتميزة وفى الأماكن والتوقيت الذى يرغب فيه هؤلاء المترددين على تلك المشروعات، فإن التخطيط الاستراتيجى للتسويق، يُعد ضرورة لتحليل الفرص Opportunities التسويقية وتحديد الأهداف ووضع استراتيجية لإعداد الخطط العلمية وتنفيذها والرقابة عليها.

ولذا يجب على مشروعات الترويح المائى تبنى خطط استراتيجية لتسويق منتجاتها أو خدماتها، وأن تعتمد فى ذلك على الدراسات العلمية الحديثة ودراسة الآراء والاتجاهات المعاصرة فى هذا المجال والاستفادة من الخبرات السابقة والدراسات التحليلية والتقويمية للخطط التسويقية السابقة، وذلك بغرض بناء الخطط المستقبلية.

وفيما يلى توضيحاً لمراحل عملية بناء الخطط التسويقية فى مجال الترويح المائى وأهم ما يجب مراعاته فى هذا الشأن .



شكل (٢)

بناء استراتيجية للتسويق

أولاً : تحديد أهداف التسويق

يُعبر التسويق عن فلسفة الإدارة العليا للمشروعات والتى تؤكد على ضرورة وضع تصور واقعى لتحقيق أهداف تلك المشروعات المهتمة بالترويح المائى والتى يمكن تحديدها فيما يلى:

- إشباع حاجات المترددين على تلك المشروعات من خلال الخدمات التى تقدمها لهم، بغرض الحصول على رضاهم، وكذلك العمل على زيادة الطلب على المعدات والأجهزة المرتبطة بالترويح المائى.
- زيادة قدرة المشروعات على المنافسة فيما بينها فى مجال تقديم المناشط أو البرامج أو الخدمات أو إنتاج معدات أو أجهزة مماثلة ، وذلك حتى يمكن البقاء على استمراريتها والعمل على تطوير منتجاتها - خدمات أو معدات أو أجهزة أو أدوات - مما يضمن لتلك المشروعات زيادة الإقبال أو الطلب على كل ما تقدمه لتحقيق احتياجات جمهورها.
- تطوير الموارد البشرية والمالية للمشروعات حتى يمكن تنفيذ استراتيجيتها المستقبلية وتحقيق إيرادات أكبر وعائد من الربح يزيد عن ١١٪ من رأس المال المستثمر فى المشروع ، باعتبار أن ذلك يمثل أكبر عائد من الأوعية المالية أو من فائدة البنوك على الأموال المودعة لديها.

ومن ثم فإن جوهر العملية التسويقية هو تبادل المنفعة بين المشروعات المرتبطة بالترويح المائى والمستفيدين من منتجاتها أو المترددين عليها، بغرض إشباع احتياجاتهم، ومن ثم إشباع احتياجات كلا الطرفين وتحقيق أهداف كلاهما.

كما أن تحديد أهداف التسويق يجب أن يراعى مدى قابلية تلك الأهداف للإنجاز وقياس نتائجها، وكذلك مدى واقعيتها فى ضوء اتجاهات السوق ومصادر التمويل المتاحة لتنفيذها ، وأن تكون تلك الأهداف مرتبة وفقاً لأولوياتها، ومتمشية مع الإمكانات أو الموارد المتاحة للمشروع.

ثانياً : تحليل تاريخ التسويق

وذلك يكون من خلال دراسة التطوير التاريخى للتسويق فى مجالات الرياضة والترويح فى كل من مصر والعديد من الدول المتقدمة فى هذا المجال، والاستفادة من ذلك فى التعرف على التطور الذى لحق بهذا المجال فى مصر، وكذلك التزوّد بخبرات التسويق من خلال دراسة تجارب الدول المتقدمة فى هذا المجال.

كما أن تحليل تاريخ التسويق يعتمد على العديد من المصادر التى يجب الاستفادة بها، ومن أهم تلك المصادر ما يلى:

- أنظمة المعلومات التى تُفيد فى تزويد المشروع بالمعلومات الحديثة فى مجال التسويق والتى ترتبط بجميع عناصره، وذلك بغرض اتخاذ القرارات التسويقية المناسبة وفى التوقيت المناسب.
- الدراسات العلمية التى تتناول اتجاهات السوق والتى تعتمد على قياس الطلب على ما يقدمه المشروع من منتج - خدمات أو معدات أو أجهزة أو أدوات مرتبطة بالترويح المائى - وذلك بغرض تحليل المتغيرات التى طرأت على السوق فى الماضى ومن ثم التنبوء بحجم الطلب المتوقع مستقبلا.
- الدراسات العلمية التى تستخدم المنتج المقارن وذلك للاستفادة من نتائجها التى تكون فى شكل مقارنة للعديد من عناصر التسويق المرتبطة بالترويح المائى فى العديد من الدول بغرض تطوير العملية التسويقية.
- الاستفادة بخبرات الدول المهتمة بالترويح المائى فى مجال التسويق لتطوير أساليب التسويق، وفى التغلب على العديد من العقبات التى تواجه هذا المجال، وذلك من أجل وضع استراتيجية تسويقية متقدمة للمنتج المراد تقديمه للجمهور وبالكيفية المناسبة التى تسمح بزيادة الطلب عليه، ومن ثم زيادة حجم التمويل الذاتى للمشروعات القائمة حتى يمكن تطويرها.

- الآراء التى يمكن التعرف عليها عن طريق المسح الشامل لاستطلاع الأفكار والاتجاهات لدى شركات ووكالات السفر السياحية المهتمة بالسياحة الرياضية بوجه عام أو المهتمة بتسويق الترويح المائى بوجه خاص، وذلك لدراسة مدى نشاطها السياحى فى هذا المجال، والاستفادة من ذلك فى تطبيق وسائل التسويق الحديثة أو تطوير تلك الوسائل التى يتم استخدامها فى الوقت الحاضر.
- التعرف على تطور فكر المتخصصين فى مجال تسويق مشروعات أو مناشط الترويح المائى، وذلك بغرض تقدير مدى التقدم والتطوّر الذى يطرأ على أنظمة التسويق بالمقارنة بفترات أو مراحل سابقة.

وبوجه عام فإن دراسة تاريخ التسويق تُسهم فى مساعدة المسئولين عن ذلك فى تطوير العملية التسويقية، والاستفادة من تفادى الخبرات الفاشلة ومن الاسترشاد بالخبرات الناجحة فى هذا المجال.

وفى هذا الصدد يشير سترابر Strayer إلى أن الفهم المتكامل للسلوك الإنسانى فى الماضى إنما يتيح الفرص لإيجاد طرق للعثور على عناصر مشتركة بين مشاكل الحاضر والمستقبل، مما يدعم الفرص لإيجاد طرق الحل المناسب. كما أن روبينسون Robinson يؤكد على أن أفكار الإنسان المعاصر ما هى إلا نتاج بيئته الحاضرة وبيئته الماضية، ومن ثم فإنه يجب الاستفادة من خبرات وتجارب الخبراء فى مجال تسويق مشروعات الترويح المائى، وكذلك استعارة بعض النماذج الناجحة فى هذا المجال من بعض الدول التى تهتم بذلك للعمل على تطبيقها وفقاً للظروف المناسبة للارتقاء بتلك المشروعات وتطوير خدماتها أو استحداث بعض المنتجات أو الخدمات التى تشبع احتياجات الأفراد أو الجماعات المهتمة بذلك.

ثالثاً : دراسة البيئة التسويقية

إن دراسة البيئة التسويقية تُعد ضرورة لبناء استراتيجية للتسويق فى مجال الترويح المائى، ومن أهم ما يتم دراسته فى المجال ما يلى:

أ - البيئة الاقتصادية

إن التسويق فى مجال الترويح المائى يُعد نوعاً من التسويق للرياضة الذى يتأثر ببعض العناصر المرتبطة بالنظام السياسى والاقتصادى بالدولة، فهناك اختلافات بين نظم الاقتصاد الحر ونظم الاقتصاد الموجه التى تتبناها السياسات الاقتصادية للدولة، ولذا يجب مراعاة طبيعة هذه النظم عند تسويق مناشط الترويح المائى.

كما أن ارتفاع مستوى دخل الأفراد يوفر لهم فائضاً مادياً يمكن الاستفادة منه فى إشباع هواياتهم أو ميولهم لمناشط الترويح بوجه عام والتى من بينها مناشط الترويح المائى. ولذا فإن السوق يتميز بمرونة الطلب إذا زاد إقبال الأفراد على ممارسة تلك المناشط بما يتمشى مع زيادة دخلهم.

وكذلك يُعد التنبؤ بحدوث تغيرات اقتصادية فى الأسواق التى تقدم خدمات ومناشط للترويح المائى ضرورة ملحة لمسئولى تسويق السياحة الرياضية.

ومن ثم يجب على الإدارة العليا للمشروع والخبراء المتخصصين فى مجال التسويق لمناشط الترويح المائى تقديم خدمات أو مناشط أو تجهيزات تناسب التغيرات الاقتصادية التى يعاصرها المجتمع، والاستفادة من زيادة الدخل المادى للأفراد فى تنويع مناشط المشروعات التى يتولون إدارتها وتقديم خدمات أفضل لهذه الفئة من المجتمع، وذلك من أجل جذب أكبر عدد من هؤلاء الأفراد للمشاركة أو الاستمتاع بمناشط الترويح المائى، وبالتالى تحقيق زيادة الطلب على هذا النوع من الترويح.

ب- البيئة السياسية :

يؤدى استقرار الأحوال السياسية فى الدولة دوراً هاماً فى تنشيط حركة السياحة بوجه عام، إذ يُعد من أهم العوامل التى تؤثر فى الطلب على المناشط السياحية . كما ان اهتمامات الحكومة بإصدار التشريعات وسن القوانين التى تتيح الفرص لتوفير المقوّمات السياحية وتهيئة المناخ للاستثمار فى هذا المجال - بوجه عام - أو فى مجال السياحة الرياضية - بوجه خاص - التى يعد الترويح المائى من أهم عناصرها، إنما يُعبر عن اهتمام تلك الحكومات بمشروعات ذلك النوع من السياحة باعتباره مصدراً هاماً لجذب مجموعات من الأفراد من الدول الأخرى إلى السياحة الرياضية و الاستمتاع بمناشط الترويح المائى، هذا إلى جانب الإسهام فى تشجيع السياحة بداخل الدولة.

كما يُعبر عن سياسات الدولة تجاه السياحة الرياضية أو المشروعات المرتبطة بالترويح المائى اهتمامها بتقديم برامج إعلامية عن طريق الوزارات أو الهيئات المسئولة عن الدعاية والترويج للسياحة كوزارات السياحة والإعلام والهيئات المسئولة عن عمليات تنشيط وتسويق برامج ومناشط السياحة بوجه عام، أو تلك المرتبطة بالترويح الرياضى أو الترويح المائى بوجه خاص، وذلك بغرض زياد الطلب على الاستمتاع بخدماتها من قبل الراغبين فى أداء أو مشاهدة هذه المناشط.

بينما يتأثر حجم السياحة الوافدة إلى تلك المشروعات المائية بالسياسات الخارجية المتبعة فيما بين الدول وبعضها، وذلك لتأثر توقيع الاتفاقات السياحية والتعاون بين الدول فى مجال تنشيط السياحة وتسويق مناشطها بطبيعة العلاقات الدبلوماسية التى تربط بين هذه الدول.

فإذا كانت تلك العلاقة وطيدة ويتوافر لتلك الدول المقوّمات الضرورية للسياحة الرياضية بوجه عام أو للترويح المائى بوجه خاص، فإن التعاون فيما بينها فى مجال تبادل المجموعات أو الوفود السياحية يكون وثيقاً.

ولذا فإن دراسة البيئة السياسية فى إطار دراسة البيئة التسويقية لمشروعات الترويح المائى تُفيد فى:

- التعرف على اهتمام الحكومة بتوفير مرافق البنية الأساسية وعلى ما تقدمه من تيسيرات إدارية للمجموعات أو الوفود السياحية التى تحرص على الاستمتاع ببرامج أو مناشط الترويح المائى.
- استكشاف فرص الاستثمار فى هذا المجال الحيوى من السياحة الرياضية فى ضوء مظاهر استقرار الأحوال السياسية واهتمام الحكومة بإصدار التشريعات التى توفر المناخ المناسب لهذا النوع من الاستثمار.
- تحديد درجة المخاطرة أو التخوف من الإقبال على الاستثمار فى هذا المجال فى ضوء تقويم البيئة السياسية وما يتم استنباطه من قراراتها فى هذا الشأن.
- تحديد عدد من الدول للتعاون معها فى مجال تسويق مناشط الترويح المائى إلى مواطنيها، وذلك فى ضوء طبيعة العلاقة الدبلوماسية للدولة مع هذه الدول، ومن ثم جذب أسواق جديدة لتسويق مناشط أو برامج الترويح المائى.
- تقدير مبدئى للطلب على الاستمتاع بمناشط الترويح المائى، وذلك على المستويين المحلى والعالمى.

جـ - البيئة الديموجرافية :

تهتم دراسة البيئة الديموجرافية بالعديد من خصائص السوق السياحى فى ضوء العديد من المتغيرات، والتى من أهمها: السن، نوع الجنس، نوع ومستوى التعليم، الدخل المادى، الحالة الاجتماعية، متوسط عدد أفراد الأسرة الواحدة.

ويُشير شوقى حسين إلى أن نتائج الدراسات العلمية أوضحت وجود علاقة طردية بين متوسط الدخل المادى للفرد وتعليمه وبين مدى إقباله على السياحة بوجه عام، وذلك باعتبار أنه كلما ارتفع مستوى دخل الفرد وارتقى مستوى تعليمه، احتلت مناشط السياحة أهمية متقدمة فى سلم أولوياته.

ولذا فإن دراسة البيئة الديموجرافية فى إطار دراسة البيئة التسويقية لمشروعات الترويح المائى تفيد فى:

- التعرف على مناطق تواجد الأفراد الذين تتوافر فيهم بعض الخصائص التى تهيىء لهم فرص الاستمتاع بمناشط الترويح المائى.
- استكشاف بعض شرائح المجتمع القادرة على المشاركة فى مناشط الترويح المائى نتيجة لارتفاع مستوى الدخل المادى لهم، ومن ثم اهتمام الإدارة العليا للمشروع بهم.
- تحديد أهداف مشروعات الترويح المائى المرتبطة بإشباع حاجات الأفراد الذين تم تحديدهم وفقاً لشرائح السوق Market Segmentation ، إذ أنه كلما توافر للإدارة العليا لمشروعات الترويح المائى معلومات تتميز بالمصداقية عن هذه الشرائح ، كلما كانت أقرب إلى تحديد أهداف واقعية يمكن تنفيذها بغرض إشباع احتياجات واهتمامات المنتمين إليها.

- تنفيذ السياسة التسويقية بكفاءة ، إذ أنه كلما توافر للإدارة العليا للمشروع معلومات دقيقة وموثوق بها عن شرائح السوق المستهدف ، كلما زادت فرص النجاح فى تنفيذ سياستها التسويقية من أجل جذب أفضل الفئات أو الشرائح للاستمتاع بمناشط الترويح المائى، ومن ثم زيادة الطلب عليها.

- الاختيار المناسب لوسائل الإعلان والدعاية والإعلام لتسويق برامج ومناشط الترويح المائى، وذلك الاختيار يكون وفقاً للخصائص التى تميز أفراد هذه الشرائح من السوق عن غيرها من الشرائح الأخرى.

د - البيئة الأكولوجية :

إن التسويق فى مجال الترويح المائى يعتمد على توافر بيئة صحية ومتوازنة وبعيدة عن مظاهر التلوث البيئى بجميع أشكاله ، **ولذا فإن دراسة البيئة الأكولوجية فى إطار دراسة البيئة التسويقية لمشروعات الترويح المائى تفيد فى:**

- الاستفادة المثلى من المقوّمات والموارد الطبيعية كالأنهار والبحار والبحيرات والينابيع والجزر المائية والتضاريس والمناخ الجوى فى تنشيط السياحة من خلال الترويح المائى بغرض زيادة الطلب على الاستمتاع بمناشط هذا النوع من الترويح وكذلك الاستمتاع بالهواء النقى ومشاهدة المناظر الطبيعية.

- التعرف على ما يتم توافره من مرافق البنية الأساسية كالتجهيزات المرتبطة بشبكات الطرق والصرف الصحى ومحطات توليد الطاقة والوسائل المتاحة لحماية البيئة من الأشكال المتعددة للتلوث ، إذ أن توافر مرافق البيئة الأساسية يُعد من أهم عوامل جذب مجموعات أكبر من الأفراد للاستمتاع بخدمات هذه المرافق فى مجال الترويح المائى.

• الاختيار المناسب لأماكن أو مناطق الترويح المائى وفقاً لتنوع المناشط أو البرامج حتى يتوافر لها بيئة بعيدة عن التلوث ، ومن ثم توفير الحماية لهؤلاء المترددين على مشروعاته للانتفاع بخدماتها.

وبوجه عام فإن تحليل البيئة التسويقية يركز على تحديد المتغيرات التى تطرأ على حجم وحركة التعامل فى السوق، مما يؤدى إلى التنبؤ Forecasting بالاتجاهات المستقبلية للسوق وبالفرص Opportunities التى تتيح المجال لإدارة المشروعات لتحقيق أهدافها من خلال توفير المنتج أو الخدمات لجمهورها مقابل أسعار تغطى تكلفتها وتحقق فائض مالى، وكذلك التنبؤ بالمخاطر Threats التى تُعبر عن المعوقات أو التحديات التى تعوق أو تحد من عملية إنجاز الأهداف المقررة.

ومن ثم فإن دراسة أو تقويم البيئة Evaluating The Environment يُعد أحد العناصر الأساسية فى بناء الاستراتيجيات التسويقية لارتباط ذلك بدراسة النظم السياسية والتشريعات والقوانين والحالة الاقتصادية العامة والبيئة الطبيعية والتكنولوجيا السائدة فى المجتمع وبطبيعة التغير فى حاجات الأفراد أو الجماعات نحو الترويح المائى كمفهوم ونحو ما تقدمه مشروعاته من خدمات ومناشط وبرامج ومنتجات مادية.

ولذا يرى كوتلر Kotler أن تجزئة السوق هى عملية يكون الغرض منها تحليل سوق مستهلكى المنتج للتعرف على أجزاء هذا السوق ومدى تجانسها لتمكين المسئولين عن المشروعات من تقرير مدى الإفادة منها فى الاستثمار الاقتصادى.

ويمكن اتباع المشروعات لثلاث سياسات فى تحديده لجزء السوق للمستهلكين لمنتجاته، وهى:

- **الاختيار الفردى :** ويعتمد ذلك على تجزئة سوق المنتج واختيار جزء منه لتقديم خدمات له، وذلك كتجزئة سوق الترويح المائى إلى أجزاء ثم اختيار جزء واحد منه لتقديم الخدمات المعنية له. إذ يمكن اختيار جزء من السوق مرتبط بتقديم منتج أو خدمات فى هذا المجال للأطفال أو الشباب أو كبار السن أو المرضى أو المعاقين أو المرأة ، ومن ثم فإن المشروع يركز على جذب فئة واحدة من هذه الفئات - أجزاء السوق - لتكون من مستهلكى منتجاته أو خدماته.

- **الاختيار المتعدد :** ويهتم هذا الاختيار بتجزئة سوق المنتج واختيار عدد من هذه الأجزاء لتقديم منتجات أو خدمات لها مع مراعاة اعتبار كل من هذه الأجزاء كسوق مستقل بذاته، وذلك كالاهتمام بتقديم خدمات مستقلة لكل من فئات - أجزاء السوق - الأطفال والشباب وكبار السن والمرضى والمعاقين والمرأة.

- **الدمج :** وذلك كتجزئة سوق المنتج ثم يُضم بعض أجزائه، ومن ثم دمج الأجزاء فى عدد أقل لعدم كفاية الموازنات المالية أو لصغر حجم الأجزاء بما لا يسمح بانفرادها أو لعدم قدرة المشروع على تقديم المتجات أو الخدمات لكل جزء من السوق على انفراد، وذلك كدمج المشروع لبعض المراحل العمرية المختلفة.

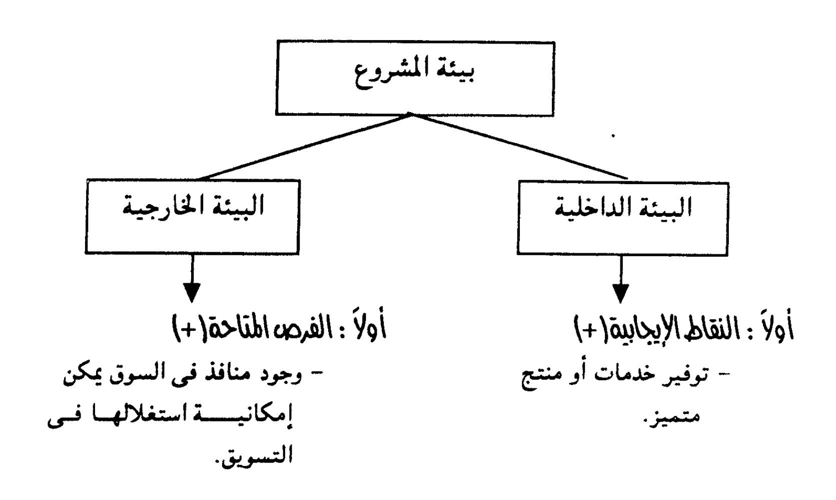
ومن ثم فإنه يمكن تجزئة السوق إلى العديد من الأجزاء وفقاً للعديد من المحددات أو المتغيرات، وذلك وفقاً لمستوى الدخل المادى أو نوع الجنس أو المرحلة العمرية أو وفقاً للموقع الجغرافى الذى يتأثر بالظروف البيئية - الطقس - أو وفقاً للدوافع أو الميول أو الاهتمامات أو احتياجات مرتادى مشروعات الترويح المائى.

رابعاً : تحديد الإيجابيات والسلبيات فى خطط التسويق

فى ضوء تحديد أهداف التسويق وتحليل تاريخ التسويق ودراسة البيئة التسويقية فإنه يتم تحديد كل من الإيجابيات التى تدعم الخطط التسويقية لمشروعات الترويح المائى أو السلبيات التى تعوق تحقيق الأهداف المرجوة من هذه الخطط بطريقة مناسبة، **وفيما يلى نماذج لتلك الإيجابيات أو السلبيات:**

- قد تكون الأهداف المقررة للخطط التسويقية لمشروعات الترويح المائى واقعية ومرنة ومراعية لمتطلبات السوق المستقبلية ، أو قد تكون غير ذلك.
- قد تكون دراسة البيئة التسويقية للمشروعات مبنية على أسس علمية وبما يسمح بمناقشة عناصر تلك البيئة ، أو قد تكون غير ذلك أو أغفلت إحدى تلك العناصر.
- قد تكون الاستفادة من تجارب الدول أو المشروعات الأخرى فى مجال تسويق مشروعات الترويح المائى ليست بالقدر المناسب أو لم يتحقق الغرض من استعارتها ، أو قد تكون لاقت نجاحاً وتحقق لها العديد من الإيجابيات.
- قد تكون الدراسات المهتمة بالأسواق المنافسة وبالخدمات والمناشط المقدمة من المشروعات الأخرى للترويح المائى غير مبنية على قاعدة من البيانات الموثوق بها والإحصائيات الدقيقة، مما يؤثر بالسلب على خطط التسويق، ومن ثم التأثير السلبى على قدرة تلك المشروعات على المنافسة، أو قد تكون غير ذلك مما يؤدى إلى تدعيم تلك المشروعات أمام تحديات السوق والمنافسة بغرض التميز.

والشكل التالى (٣) يوضح النقاط الإيجابية والنقاط السلبية والفرص المتاحة والمخاطر المرتبطة بكل من البيئة الداخلية والبيئة الخارجية للمشروع.



أولاً : النقاط الإيجابية(+)

- توفير خدمات أو منتج متميز.
- الوعـــى الإدارى المدرك لمتطلبات السوق.

ثانياً : النقاط السلبية(-)

- رأس مال عامل غير ملائم.
- نقص المهارات الإدارية.
- عدم ترشيد الصرف.

أولاً : الفرص المتاحة(+)

- وجود منافذ فى السوق يمكن إمكانيـــة استغلالهــا فــى التسويق.
- وجود احتياجات للجمهور لم يتم إشباعها بعد من قبل المشروع.
- وجود ميول واهتمامات متنوعة للجمهور لا تفى بها المشروعات الأخرى.

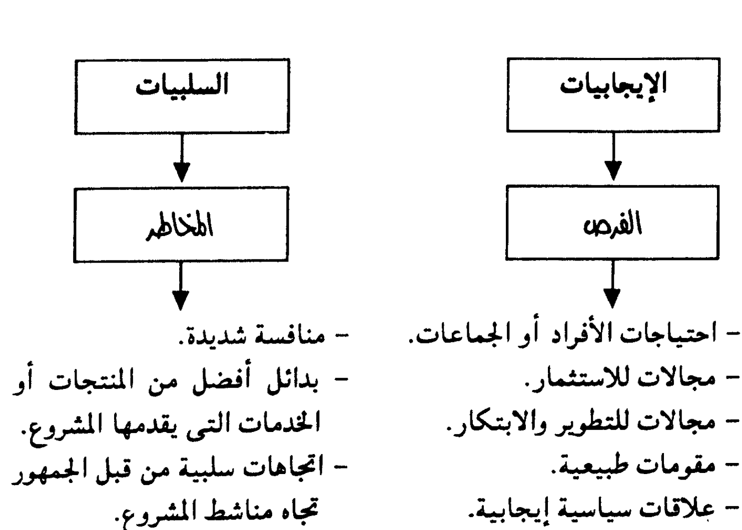
ثانياً : المخاطر(-)

- المنافسة الشديدة.
- التشريعات والقوانين الحكومية.
- اتجاهات السوق نحو تمييز منتج معين

والشكل (٣)
نتائج التحليل التسويقى

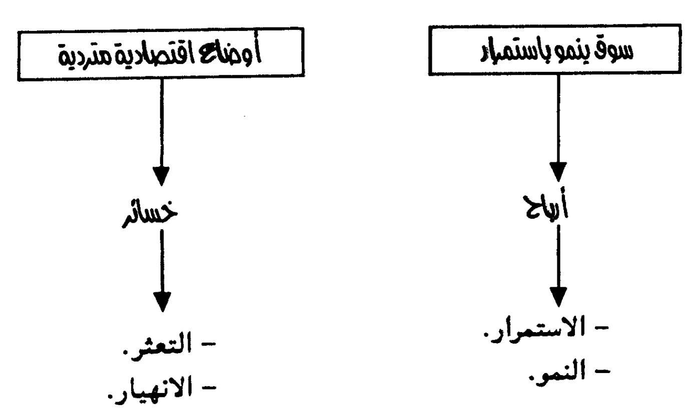
وتحديد كل من الإيجابيات والسلبيات المرتبطة بالخطط التسويقية لمشروعات الترويح المائى يؤدى إلى دراسة أهم الموضوعات المتأثرة بذلك ، ومناقشة كل منها وطرح العديد من الأفكار لتدعيم الإيجابيات التى تم تحقيقها ومعالجة السلبيات الواقعة، وذلك بغرض تفعيل هذه الخطط التسويقية لتحقيق أهداف المشروعات فى هذا المجال ، ومن ثم زيادة الطلب على المناشط أو البرامج أو الخدمات التى تقدمها أو المعدات التى توفرها للسوق، وتحقيق عائد مالى مثمر من الإيرادات التى يتم الحصول عليها مقابل استمتاع المترددين على هذه المشروعات مما يتم تقديمه لهم.

كما أن تحديد كل من الإيجابيات والسلبيات يؤثر فى قدرة المشروع على الاستمرار والنمو من خلال تدعيم وتطوير هذه الإيجابيات وتفادى السلبيات ومعالجتها، أو يؤدى إلى تعثره وانهياره من خلال عدم تدعيم وتطوير الإيجابيات وعدم معالجة السلبيات، **ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالى(٤) الذى يوضح الفرص المتاحة أو المخاطر والتهديدات التى تتيح الفرص لتحقيق الأهداف، أو المعوقات التى تمثل التحديات المرتبطة بالمناخ الخارجى للمشروع.**



- احتياجات الأفراد أو الجماعات.
- مجالات للاستثمار.
- مجالات للتطوير والابتكار.
- مقومات طبيعية.
- علاقات سياسية إيجابية.
- موارد أو عناصر بشرية مرتفعة الكفاءة.

- منافسة شديدة.
- بدائل أفضل من المنتجات أو الخدمات التى يقدمها المشروع.
- اتجاهات سلبية من قبل الجمهور تجاه مناشط المشروع.
- قوانين وتشريعات واجراءات معقدة.



- الاستمرار.
- النمو.

- التعثر.
- الانهيار.

والشكل (٤)
الفرص والمخاطر المرتبطة بالمشروع

خامساً : تحديد موضوع التخطيط للتسويق

فى ضـــوء ما تسفر عنه الإيجابيات والسلبيات المرتبطـــة بالمشــروع أو المنتـــج Product فإنه يتم تحديد الموضوع المراد معالجته فى عملية التخطيط للتسويق بغرض زيادة الطلب على مناشط الترويح المائى أو مشروعاته، وذلك قد يرتبط بالموضوعات التالية:

- مراجعة الأهداف المقررة لتعمل مشروعات الترويح المائى على إنجازها، أو تطويرها لتتماشى مع المتغيرات الجديدة التى طرأت على السوق.
- كيفية الاستخدام الأمثل للمقوّمات أو التسهيلات المتوافرة للمشروع أو التى يمكن استحداثها ، وذلك لتقديم خدمات أفضل وأكثر تنوعاً حتى يمكن للمترددين على مشروعـــات الترويح المائى الاستمتاع بالمناشـــط أو البرامج المقدمة.
- كيفية تقديم مشروعات الترويح المائى لخدمات متميزة دون حدوث أى انخفاض فى مستوى جودتها، ومن ثم الارتقاء بها لتصل للمستوى الذى يحقق الرضا للأفراد المنتفعين بهذه الخدمات.
- وسائل تقديم لهواة الترويح المائى العديد من الأجهزة والمعدات المرتبطة به، مع مراعاة أن يكون تصنيعها وفقاً لأحداث الأساليب التقنية وبأسعار معتدلة ودون مغالاة فى الربح العائد من تسويقها.
- وسائل تطوير المنتج بما يتمشى مع احتياجات السوق فى ضوء العديد من المتغيرات التى طرأت على هذا المنتج حالياً أو بما يُحقق أهداف المشروعات المائية فى العمل على إشباع احتياجات المترددين على هذه المشروعات، ومن ثم ابتكار أنواع من المنتج أو الخدمات يكون السوق فى حاجة إليها مع مراعاة أن تكون على مستوى مناسب من الجودة، أو إدخال أنـــواع من

التجديدات أو الإضافات على المنتجات أو الخدمات التى يتم تقديمها ، وذلك بغرض تطويرها.

- تحديد الطرق الناجحة فى البحث عن أسواق أو شرائح جديدة من الأفراد المهتمين بالترويح المائى بغرض التوسع فى هذا المجال وزيادة الطلب على مناشط تلك المشروعات.
- دراسة تقديرات حجم الطلب المتوقع على المنتج الجديد - المناشط أو الخدمات أو معدات الترويح المائى - وكذلك الإيرادات المتوقعة من تسويقه بما يحقق عائداً مناسباً يتمشى مع رأس المال المستثمر فى إنتاجه.
- بحث الحاجة إلى ضرورة توفير مشروعات الترويح المائى للعديد من المدارس التى تهتم بتعليم مناشطه بغرض تمكين هؤلاء المتعلمين من المشاركة فى البرامج التى تقدمها تلك المشروعات، ومن ثم تنمية الثقة لممارسة تلك المناشط وإزالة عامل الخوف لديهم.
- كيفية تنمية قدرة المشروع الذى يهتم بالترويح المائى على الاستمرارية فى السوق والتواجد فى دائرة المنافسة مع المشروعات الأخري، وذلك من خلال تقديم منتج متميز أو خدمات أو مناشط متنوعة يزداد الطلب عليها وبأسعار معتدلة.

وفى ضوء تحديد موضوع التخطيط للتسويق فى مجال مشروعات الترويح المائى، فإنه يتم اختيار الاستراتيجية التى تحقق الأهداف المرجوة والتى تتضمن تقديم سلسلة متكاملة من المنتجات والخدمات والمناشط بجودة مناسبة وبأسعار متميزة للحصول على رضا الجمهور.

سادساً : اختيار استراتيجية التسويق

لتحقيق الأهداف المرجوة من عملية التخطيط للتسويق فى مجال الترويح المائى فإنه يجب اتباع استراتيجية لتحقيق ذلك ، وتقوم هذه الاستراتيجية على الأسس التالية:

- ترتيب أولويات الأهداف المرتبطة بالتسويق فى هذا المجال واختيار العمليات أو المناشط أو الأعمال التى يجب أن يعطى لها أولوية فى التنفيذ عن غيرها من التى تتضمنها الخطط المرسومة، مع مراعاة أن ذلك يتأثر بالإمكانات المادية والبشرية المتاحة للاستخدام فى تنفيذها.
- أنواع شرائح الجمهور المستهدفة من مختلف المناشط أو الخدمات أو المنتجات وفقاً لاتجاهاتهم واهتماماتهم وآرائهم ومعتقداتهم الشخصية ودوافعهم، إذ أن ذلك يؤدى بطريقة مباشرة إلى التأثير فى الطلب على الاستمتاع بمناشط أو خدمات الترويح المائى وكذلك فى القرارات التى يتم اتخاذها من قبل أفراد هذه الشرائح فيما يرتبط بتفضيل نوع من أنواع النشاط المائى عن غيره، أو تفضيل بعض مبيعات معدات الترويح المائى عن غيرها، مع مراعاة أن للجودة والأسعار دور فى ذلك.
- دراسة حجم السوق الحالى والمرتقب فى فترات قادمة مقدّراً بحجم الجمهور أو بكم المبيعات، وذلك فيما يرتبط بسوق الترويح المائى.
- أنواع مشروعات الترويح المائى الموجودة فى السوق وما تتمتع به من مزايا تنافسية Competitive advantage تزيد من سيطرتها على الأسواق.
- تحديد الأسواق المستهدفة فى تسويق منتجات أو خدمات مشروعات الترويح المائى، وذلك لجذب أكبر عدد من جماعات الوافدين للسياحة من الدول الأخرى بغرض المشاركة فى هذا النوع من السياحة الرياضية، مع مراعاة أن

ذلك التحديد للسوق يُمهد الطرق إلى عقد اتفاقيات مع العديد من الهيئات السياحية فى هذه الدول لسفر مواطنيها إلى مناطق الترويح المائى فى مصر بغرض الاستمتاع ببرامج أو مناشط أو خدمات المشروعات المعنية بهذا النوع من الترويح أو الرياضة.

- السياسات التى تتبعها مشروعات الترويح المائى فى التجديد والتنويع والتطوّر المستمر فى تقديم مناشطها أو خدماتها ، وذلك بغرض تحسين مستواها أو جودتها . إذ أن هذه السياسات تُعد من الدعائم الأساسية للسياسة التسويقية Marketing Policy للارتقاء بكل ما يتم تقديمه من قبل تلك المشروعات ، وذلك عن طريق إدخال بعض الإضافات أو التجديد.
- السياسات التى تتبعها تلك المشروعات لتجهيز العاملين بها للاهتمام بخدمة الجمهور بطريقة متميزة، أو بغرض إعداد برامج للتدريب أثناء الخدمة In Service Training تجديد معلوماتهم أو مهاراتهم أو اتجاهاتهم ، مما يرفع من مستوى أدائهم فى العمل.
- الطرق والوسائل التى يجب أن تستخدمها مشروعات الترويح المائى لتطوير قدرتها التنافسية فى السوق بغرض تدعيم موقفها المالى وضمان زيادة إيراداتها نتيجة لزيادة الطلب على التمتع بخدماتها أو برامجها أو مناشطها أو مبيعاتها من خلال تقديم متميز لها.
- التنبؤ باحتمالات التغير فى المستقبل، وذلك فى ضوء ظروف المشروعات ووفقاً للتوقعات والمؤثرات والظروف الخارجة عن نطاق تلك المشروعات، ومن أهم تلك المؤثرات أو الظروف ، ما يلى:

• السياسات الحكومية المرتبطة بالسياسات المالية والاستثمارية وبالسياسات النقدية، وكذلك المرتبطة بالتشريعات والقوانين الحكومية.

- الظروف الاقتصادية والتقلبات التجارية Business Cycles التى تؤثر فى استمرارية المشروع.
- اتجاهات الرأى العام وسلوك المترددين على المشروع Customers Behavior والتى يمكن التعرف عليها من خلال ما يسمى ببحوث السوق.
- التوقعات أو التنبؤ بالتكنولوجيا المستقبلية بغرض العمل على أن يكون المشروع قادرا على التكيف مع المتغيرات أو المستجدات التى يفرضها واقع التطورات التكنولوجية.
- ردود فعل المشروعات المنافسة وقدرة المشروع على الاستمرار فى آداء مناشطه وخدماته لجمهوره، وكذلك قدرته على توفير الموارد الطبيعية والأموال والقوى البشرية اللازمة لتنفيذ الأعمال التى يقوم بها.

ولذا فإن استراتيجية التسويق Strategic Marketing يجب أن تعتمد على تقديم بحوث التسويق التى تهتم بجمع وتحليل البيانات والمعلومات والحقائق المرتبطة بكل من السوق والجمهور، إذ يتم فى ضوئها اختيار المسئولين عن التسويق للآراء السابقة وتحليل الوضع القائم للمشروع ومراجعة الأهداف والخطط المستقبلية.

كما يجب أن يساهم فى تلك الاستراتيجية كل من لدّيه دراسة علمية وخبرة بمجال التسويق لمناشط مشروعات الترويح المائى حتى يتم الاستفادة من خبراته فى هذا المجال فى تقديم آرائه وأفكاره وإبداء توقعاته عن احتمالات أو متغيرات المستقبل التى يمكن أن تطرأ على سوق تلك المشروعات، ومن ثم تقرير الجوانب المختلفة للاستراتيجية ، مع مراعاة مدى توافر كل من الإمكانات المادية والبشرية،وكذلك الظروف البيئية والاقتصادية ، لما لذلك من تأثير على الطلب وفقاً لما تقدمه مشروعات الترويح المائى من خدمات.

وبوجه عام فإنه عند تحديد أو اختيار استراتيجية التسويق يجب الوضع فى الاعتبار المركز المراد أن يتميز به المشروع فى السوق وذلك عن طريق التمتع بالميزة التنافسية Competitive advantage واحتلال المركز الأقوى بين المشروعات المنافسة فى السوق، وكذلك يجب الوضع فى الاعتبار متغيرات البيئة الخارجية المؤثرة فى المشروع كالظروف السياسية والاقتصادية التى تسود المجتمع والظروف المالية التى تسود السوق، وذلك إلى جانب النظم التسويقية والقوانين الإدارية التى تنظم حركة المشروعات السياحية بوجه عام أو حركة الترويح الرياضى أو المائى بوجه خاص.

سابعاً: اختيار وسائل الإعلان والدعاية والإعلام

ان اختيار وسائل الإعلان والدعاية والإعلام للترويج Promotion لمناشط وبرامج وخدمات الترويح المائى يكون القصد منه اختيار الوسائل المناسبة للتأثير فى سلوك الجمهور عبر وسائل الاتصال الإعلامية بغرض تزويد أفراده بالبيانات والمعلومات والأفكار التى توضح مزايا المنتج أو الخدمات المقدمة من مشروعاته.

وفى العصر الحديث تطوّرت وسائل الاتصال تطوّراً سريعاً بفضل اعتمادها على التقدم العلمى والتقنى حتى أصبح يطلق على عصرنا هذا العديد من المسميات والتى من بينها مسمى «عصر الإعلام والاتصال الجماهيرى» كما أصبح المجتمع المعاصر يعتمد على وسائل الاتصال الجماهيرى فى نقل المادة الإعلامية التى يزداد بثها إلى الجماهير العريضة وبنطاق أوسع يفوق كل ما كان يتم بثه إلى الجماهير عبر العصور السابقة.

ومن أهم وسائل الإعلان والدعاية والإعلام التى يتم استخدامها فى ترويج مناشط أو خدمات مشروعات الترويح المائى ما يلى:

- برامج التليفزيون التى تتناول عرض موضوعات عن كل ما يرتبط بالترويح المائى، وكذلك برامج القنوات الفضائية التى يتم بثها فى هذا الشأن ، وهى برامج تقدم معلومات مرئية وكذلك مشاهد جذابة.

- برامج الإذاعة التى تُقدم فى هذا الشأن والتى تتميز بإمكانية الاستماع إليها فى أى وقت ومكان، إذ يصاحب الراديو الفرد فى أثناء استرخائه أو تناول وجباته الغذائية أو فى أثناء التسوق أو أداء بعض الأعمال دون إعاقة للأداء.
- الأخبار والإعلانات التى يجب أن تستفيد من التقدم فى مجال الصحافة لجذب القارئ عن طريق نوعية الطباعة واستخدام الألوان، بما يزيد من درجة تأثره بها.
- المادة الإعلامية المطبوعة وذلك كبطاقات البريد التى تبرز مناشط الترويح المائى، وكذلك النشرات المكتوبة والمصورة المهتمة بالخدمات التى تقدمها مشروعاته.
- البريد المباشر الذى يتيح الفرص بإيصال الرسالة الإعلامية إلى الأفراد الذين لديهم اهتمام بالترويح المائى ووفقاً لما تقدمه مشروعاته من خدمات، وذلك قد يكون من خلال إرسال معلومات أو كتيبات لهم للدعاية أو خطابات تتضمن أخباراً جديدة عن تطوّر تلك المشروعات.
- الملصقات التى تُعبر عن تميز المنتج أو الخدمات والتى يتم استخدامها فى أماكن متعددة وبطرق متنوعة ، كاستخدام الصور الملونة أو الرموز المعبرة عن المنتج أو اللافتات المضيئة . وذلك بغرض جذب انتباه الأفراد وإرشادهم فى أماكن بيع المنتج أو تقديم الخدمة.
- وكالات الإعلان المتخصصة فى مجال الترويح للسياحة بوجه عام أو لمشروعات الترويح الرياضى أو الترويح المائى بوجه خاص ، وذلك للاستفادة من خبراتها فى هذا المجال فى تصميم الحملة الإعلامية وتنفيذها وقياس مدى فاعلية الإعلان.

ويعتمد الاتصال على خمسة أبعاد رئيسية لتحقيق الهدف منه ، وهى الأبعاد التالية:

- **المصدر أو المُرسل :** والمقصود به الفرد أو الجماعة أو الهيئة الإعلامية المسئولة عن مشروعات الترويج المائى والتى تقوم بإرسال أو نقل الرسالة الإعلانية أو الإعلامية ، ولذا يجب أن يتمتع المصدر Source أو المرسل Sender بدرجة عالية من المصداقية Credibility لكى يتقبله الجمهور. كما أن نتائج الدراسات العلمية فى هذا المجال تُشير إلى أنه كلما ارتفع المستوى المعرفى للمصدر أو المرسل بخصائص المُستقبل للرسالة وخبراته السابقة، تكون عملية الاتصال أكثر فعالية.
- **محتوى أو مضمون الرسالة :** ويُعبر عن ذلك مكونات الرسالة وما تتضمنه من أفكار ومعانٍ ومفاهيم ومهارات واتجاهات ومشاعر وجدانية من شأنها التأثير فى المتلقى لها بغرض تحقيق الهدف من الاتصال، ولذا يجب أن يراعى فى الرسالة Message العلاقة بين الكم والكيف فى المادة الإعلانية أو الإعلامية، وكذلك الأثر الذى يمكن أن تحدثه فى المستقبلين لمحتواها ، وذلك من خلال تناول الرسالة لموضوعات تُعد ذات أهمية لجذب انتباه المستقبلين لها واستثارة دافعيتهم وتنمية مداركهم الفكرية.
- **وسائل الاتصال :** وتتضمن عملية إيصال الرسالة من المتصل إلى الجمهور عبر وسائل الاتصال المباشرة أو غير المباشرة، وذلك كالتليفزيون أو الإذاعة أو الصحافة أو المطبوعات أو البريد المباشر أو الملصقات أو حملات وكالات الإعلان المتخصصة فى التسويق لمجالات الترويج المائى. ويتحدد اختيار الوسيلة Channel Or Medium وفقاً للمادة الإعلامية - الرسالة - المراد تقديمها للجمهور، ويتأثر الجمهور بشكل فعال بوسيلة إعلامية جماهيرية أكثر من تأثره بغيرها ، ومن ثم فإن اختيار الوسيلة المناسبة يؤثر على مدى فهم وإدراك المستقبل لمضمون الرسالة بما يحقق زيادة فعالية الاتصال.

- **المُستقبل أو المرسل إليه :** والمقصود به الجمهور المتلقى للرسالة وهم الأفراد أو الجماعات الذين لهم اهتمامات بمناشط الترويح المائى أو غيرهم من ذوى الميول والاتجاهات والاهتمامات المتباينة بغرض التأثير فيهم وجذبهم إلى الخدمات المقدمة من قبل مشروعاته ، من خلال التعرف على مدى مناسبتها لهم، وكذلك درجة تفضيلهم لأنواعها، ومدى اقتناعهم بقيمتها فى إشباع حاجاتهم . كما أن نتائج الدراسات العلمية فى هذا المجال تُشير إلى أنــه كلما ازدادت مهارات الاستمـــاع والمشاهدة والقــراءة والإدراك لدى المُستقبل Receiver للرسالة تكون عملية الاتصال أكثر فعالية.

- **الأثر المراد إحداثه :** ويُعبر عنه الاستجابة النهائية للجمهور لمضمون الرسالة بغرض تدعيم اتجاهاته الإيجابية نحو مناشط الترويح المائى أو تصحيح مدركاته عن تلك المناشط بوجه عام، ولذا يجب دراسة انطباع الجمهور عن مضمون الرسالة ومدى تأثره بها.

ولذا يتأثر هذا العنصر الاتصالى - الأثر المراد إحداثه Communication - بمدى إدراك الجمهور للمادة الإعلانية أو الإعلامية بعد استقباله للمثيرات الحسية ، وبوجه عام يكون الإتصال جيداً إذا توافرت له المعلومات والمثيرات المناسبة وبما يتضمن من كيفات How's وأسباب Why's ، وكذلك بما ينتج عنه من استجابات مبنية على تحليل وتفسير المعلومات والوعى بها ، إذ أن ذلك يؤدى إلى إيضاح معانى تلك المعلومات واتخاذها شكل مدركات محددة يميل الجمهور إلى اتخاذ مواقف نحوها من خلال تكوين أفكار وآراء حولها.

كما أن المدركات Concept التى يعتقد الجمهور المُستقبل للرسالة بأنها تُسهم فى تحقيق أهدافه وتشبع له حاجاته، فإنه يتخذ نحوها موقفاً إيجابياً يتسم بالتأييد والقبول، فى حين يتخذ موقفاً معارضاً لتلك المدركات التى لا تُحقق له أهدافه وحاجاته، ومن ثم فإن مرحلة تكوين الآراء والأفكار والاتجاهات تبدأ بعد مرحلة إدراك المعلومات.

وبذلك عندما يصل أفراد الجمهور المُستقبل للرسالة إلى مرحلة تكوين الآراء والأفكار والاتجاهات فإنهم يكونوا مستعدين لأداء الفعل Action ، حيث أن التفاعل مع محتوى ومضمون الرسالة يكون نتيجة لسريان موجات حسية فى الجهاز العصبى لهؤلاء الأفراد بغرض إعدادهم وتهيئتهم للفعل، مما يجعلهم يقدمون على خطوة إيجابية تتمشى مع الهدف من الرسالة.

ولذا فإن مرحلة اختيار وسائل الإعلان والدعاية والإعلام للترويج لمشروعات الترويح المائى تُسهم فى تبنى الأفراد أو الجماعات للمنتج أو الخدمات التى يتم تقديمها من قبل هذه المشروعات، إذ تمر عملية تبنى منتج جديد بالعديد من المراحل، أهمها ما يلى:

- **مرحلة الوعى بوجود المنتج :** وهى المرحلة التى يكون الأفراد أو الجماعات فى حاجة إلى مزيد من المعلومات عن المنتج المطروح فى السوق Market حتى يزداد وعيه بقيمة أو فائدة هذا المنتج له.
- **مرحلة الاهتمام بالمنتج :** وفى هذه المرحلة يبدأ هؤلاء الأفراد أو الجماعات فى البحث عن بعض المعلومات الإضافية المرتبطة بخصائص المنتج ومزاياه.
- **مرحلة التقويم :** وهى المرحلة التى يتم فى أثنائها قبول الأفراد لفكرة المنتج، ومن ثم الإقبال عليه أو رفض الفكرة، وذلك فى ضوء تقرير قدرة المنتج على إشباع حاجاتهم أو النجاح فى تقديم الخدمات المرجوة منه ومدى مناسبته لظروفهم المادية.
- **مرحلة تجريب المنتج :** وفى ضوء هذه المرحلة يُقرر هؤلاء الأفراد أو الجماعات قبول أو عدم قبول المنتج ، وذلك وفقاً لتعرفهم الفعلى على مدى مطابقته لتوقعاتهم فى إشباع حاجاتهم والوفاء بمتطلباتهم.
- **مرحلة التبنى :** وفى هذه المرحلة يحرص هؤلاء الأفراد أو الجماعات على الإقبال على المنتج لقناعتهم بمناسبته لإشباع حاجاتهم ، ومن ثم يحظى هذا المنتج برضائهم ويزداد الطلب عليه.

وحتى يتحقق النجاح لعمليات الإعلان والدعاية والإعلام عن مشروعات الترويح المائى فإنه يجب مراعاة أهم الاعتبارات التالية:

- **تحديد الهدف من عملية التسويق:** وفى ضوء ذلك يتم تحديد أهداف الحملة الإعلانية والإعلامية التى تختلف باختلاف المشروعات أو نوع المنتج ، فقد تكون الأهداف مرتبطة بترويج منتج جديد أو زيادة المبيعات أو زيادة الطلب على المنتج أو تحسين فكرة الأفراد أو الجماعات عن قيمته ومزاياه.

- **تحديد السوق أو الجمهور المقصود من الحملة الإعلانية والإعلامية:** وذلك لدراسة خصائصه ومن ثم الإعداد العلمى والفنى لرسائل تلك الحملة وتحديد نوع وسائل الاتصال التى يجب اختيارها لمخاطبة هذا الجمهور بما يتمشى مع التأثير الإيجابى المراد احداثه لتحقق الأهداف المرجوة.

- **اختيار المعلومات المرتبطة بموضوع التسويق:** وذلك يتطلب الانتقاء الدقيق للمعلومات التى يتم تقديمها للجمهور من خلال الحملة الإعلانية والإعلامية بغرض التأثير الإيجابى فى آرائه وإقناعه بقيمة المنتج ومدى تميزه عن غيره من المنتجات المنافسة له فى السوق.

- **تحديد الموازنة المالية للحملة الإعلانية والإعلامية:** وذلك يتم من خلال المسئولين عن المشروع أو المنتج مع مراعاة الفترة الزمنية المحددة لهذه الحملة ونوع وسائل الاتصال المستخدمة فى تحقيق الأهداف المرجوة.

- **اختيار الوسائل الإعلانية والإعلامية:** ويتم ذلك فى ضوء الأهداف المقررة والموازنة المالية المقررة للحملة الإعلامية مع مراعاة تأثير هذه الوسائل على أكبر عدد من الجمهور وفقاً للفترة الزمنية المحددة لذلك . وقد يتم اختيار الوسائل الإعلامية التالية : التليفزيون ، الإذاعة ، المقروءات ، شبكات الاتصال الدولية - الإنترنت أو قنوات الاتصال عبر الفضائيات - وكذلك قد يتم تحديد الوسائل الإعلانية التالية: الإعلان البريدى المباشر، الإعلانات

المكتوبة، الإعلانات المضيئة، الإعلانات الإلكترونية، الملصقات Posters ، الإعلان عبر وسائل الاتصال الجماهيرى.

- **الإعداد المادى للإعلان أو للرسالة الإعلامية :** وذلك بغرض تصميم الإعلان أو الرسالة الإعلامية لتحقيق الأهداف المرجوة مع مراعاة أن يتضمن ذلك توضيح جيد للعناوين والصور أو الاشكال التوضيحية أو البيانيـة والاحصائيات والعلامات المميزة للمنتج والفقرات الإعلانية والإعلامية عنه.

- **تقويم نتائج الحملة الإعلانية والإعلامية :** وذلك للتأكد من قدرة تلك الحملة عبر وسائلها على جذب انتباه الجمهور واستثارة دافعيته واهتمامه بالمنتج والتأثير الإيجابى فى آرائه واتجاهاته ، ومن ثم إقناعه بقيمة المنتج وجدواه.

- **اتخاذ القرار نحو الحملة الإعلانية والإعلامية :** وذلك يتم فى ضوء عملية التقويم السابقة، وقد يكون القرار بالموافقة على إقرار هذه الحملة نظراً لتحقيق الأهداف المرجوه من تنظيمها ، أو إقرار إجراء بعض التعديل عليها حتى تكون أكثر فاعلية فى إقناع الجمهور بقيمة المنتج.

وبوجه عام فإنه يجب على المسئولين عن تسويق منتجات أو خدمات مشروعات الترويح المائى مراعاة الاعتبارات التالية فى عمليات الإعلان والدعاية والإعلام حتى تتحقق الأهداف المرجوة من ذلك، وهى:

- الاهتمام بتقديم المادة الإعلانية أو الإعلامية التى تتناول موضوعات الترويح المائى بطريقة تسمح بتشويق الجمهور المُستقبل لها وجذب انتباهه، وكذلك الاهتمام بالموضوعات التى تُسهم فى تكوين الأفكار والاتجاهات الإيجابية لدى جمهور المستقبلين لمضمون الرسالة، وذلك نحو مناشط الترويح المائى.

• الاهتمام بالموضوعات التى تتميز بالحداثة وتتناول عرض أفكار واتجاهات وخدمات حديثة فى مجال الترويح المائى.

• الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة فى التأثير فى الجوانب المعرفية والوجدانية لجمهور المستقبلين لمضمون الرسالة التى تتناول الإعلان أو الدعاية أو الإعلام عن مناشط مشروعات الترويح المائى.

• تقويم الأثر الذى تحدثه تلك البرامج الإعلانية أو الإعلامية فى تكوين الآراء والأفكار وفى تغيير اتجاهات وأنماط سلوك جمهور المستقبلين لهذه البرامج عبر وسائل الاتصال المتنوعة.

• اختيار المسئولين عن عملية الترويج لمناشط مشروعات الترويح المائى وفقاً لتأهيلهم أو إعدادهم فى هذا المجال التسويقى.

– مراعاة الإجابة عن التساؤلات التالية عند اختيار وسائل الإعلان والدعاية والإعلام ، وهى:

• من هو الجمهور المستهدف من الوسيلة ؟ وما هى خصائصه ؟ وما حجم تعداده؟

• ما هى مزايا الوسيلة التى تُعبر عن قدرتها على توصيل الرسالة بفاعلية للجمهور المستهدف من الحملة الإعلانية والإعلامية؟

• ما هى متطلبات تحرير أو إعداد الرسالة فى حالة استخدام الوسيلة؟

• ما هى الفترة التى سوف يتم خلالها استخدام الوسيلة؟

• ما هو الحد الأدنى لتكلفة استخدام الوسيلة؟

• ما هى قدرة الوسيلة على اثارة اهتمام الجمهور والتأثير الإيجابى فى آرائه واتجاهاته وإقناعه بقيمة المنتج أو المشروع؟

ثامناً : تطوير الأفكار المرتبطة بالمنتج

يرى ياسون Wasson أن للمنتج دورة حياة يمكن تقسيمها إلى أربع مراحل أساسية ، وهى:

- **مرحلة تقديم المنتج :** وتتسم هذه المرحلة بانخفاض الطلب على المنتج نتيجة لحداثته وعدم دراية الأفراد أو الجماعات بقيمته عند بدء طرحه فى السوق.
- **مرحلة نمو المنتج :** وتتميز هذه المرحلة بالارتفاع المطرد فى حجم إقبال هؤلاء الأفراد والجماعات على المنتج نتيجة لقناعتهم به ورضائهم عنه، ومن ثم يتحقق له الانتشار فى السوق ويزداد الطلب على استخدامه أو الاستمتاع به.
- **مرحلة نضج المنتج : ويمكن تصنيف هذه المرحلة إلى ثلاث فترات وفقاً لما يلى:**

أ - النضج الصاعد : وتتميز هذه الفترة باستمرارية الزيادة فى الطلب على المنتج ، ومن ثم استمرارية الزيادة فى حجم المنتج، مما يُشير إلى استمرارية الزيادة فى حجم إقبال الأفراد أو الجماعات على الحصول على المنتج أو استخدامه.

ب- النضج المستقر : ويحدث فى هذه الفترة ثبات فى حجم أعداد المُقبلين على الحصول على المنتج أو استخدامه، مما يُشير إلى عدم زيادة أعدادهم نتيجة عدم قدرة المنتج على جذب أو استقطاب أعداد جديدة منهم، وبذلك تحدث عملية الاستقرار فى مرحلة نضج المنتج.

جـ- النضج المنحدر : وفى هذه الفترة تتجه نسبة الزيادة الثابتة فى أعداد الأفراد أو الجماعات المؤيدة للمنتج فى الانخفاض نتيجة

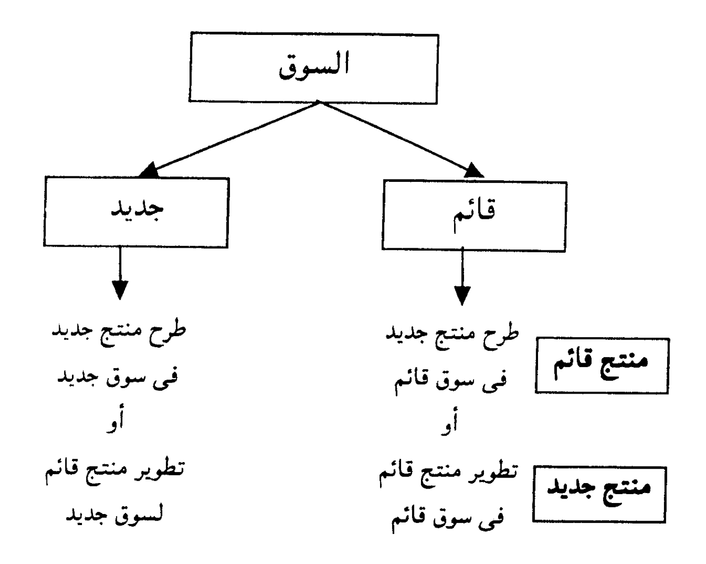
لعزوفهم أو التوقف أو الامتناع عن الحصول عليه أو استخدامه كما كان ذلك فى الفترتين السابقتين.

- **مرحلة تدهور المنتج:** وتُعد المرحلة الأخيرة فى دورة حياة المنتج والتى فى أثنائها يحدث انخفاض مطرد فى حجم مبيعاته أو استخدامه، وقد يحدث التدهور فى هذا الشأن خلال فترات زمنية بعيدة المدى أو قد يتم بشكل عاجل.

ومن ثم تُعد عملية تطوير الأفكار المرتبطة بالمنتج من الضرورة العامة لمواجهة المنافسة من الأسواق الأخرى ، وكذلك تُعد من الأولويات التى يجب مراعاتها للحفاظ على بقاء واستمرارية المشروعات التى تقدم هذا المنتج. وقد تتضمن عملية التطوير إدخال بعض التعديلات على منتج قائم بالفعل ويتوقع وجود طلب عليه مما يتيح له فرص التسويق، أو تطوير منتج قائم لسوق جديد.

وبوجه عام فإن تطوير المنتج فى مجال الترويح المائى يجب أن يعتمد على نتائج البحوث والدراسات العلمية التى تهدف إلى حماية المنتج من عنصر المخاطرة أو فشل المنتج فى السوق ، ومن ثم إهدار الاستثمارات المالية فى هذا المجال.

والشكل التالى (٥) يوضح استراتيجية تطوير المنتج وفقاً للمنتج ذاته أو وفقاً للسوق.



شكل (٥)
استراتيجية تطوير المنتج

وبوجه عام تتلخص مراحل ابتكار منتج جديد فى جمع الأفكار وانتقائها وإخراجها إلى حيز الوجود وتحليل الجدوى الاقتصادية للفكرة واختبار المنتج وأخيراً مرحلة تسويقه ، وفيما يلى توضيحاً لهذه المراحل:

- **مرحلة جمع الأفكار:** وفى هذه المرحلة يتم عرض الأفكار التى تُفيد فى تنمية المنتج أو تطويره من خلال بحوث السوق Marketing Research التى تهتم بدراسة حاجات الأفراد والجماعات - المستهلكين Customers - والتعرف على آرائهم واتجاهاتهم نحو المنتج الذين هم فى حاجة إليه، أو من خلال جمع الباحثين العاملين فى قسم البحوث فى المشروع للمعلومات عن المنتجات المُقدمة أو المطروحة للسوق من قبلهم أو من قبل المنافسين لمشروعهم، أو من خلال معلومات يُوفرها العاملين فى مجال الإدارة العليا أو فى مجال التوزيع عن ذلك المنتج.

- **مرحلة انتقاء الأفكار :** وهى المرحلة التى يتم التدقيق فى اختيار الأفكار والآراء التى تم جمعها فى المرحلة الأولى وذلك بغرض انتقائها وترشيدها، ومن ثم تقليل عدد المطروح منها حتى يمكن إتاحة الفرص المناسبة لاختيار أنسبها وفقاً للعديد من المعايير والمتغيرات المرتبطة بتطوير المنتج.

- **مرحلة إقرار الفكرة :** وتتم هذه المرحلة بعد تحديد الخصائص والمعايير التى يجب توافرها فى المنتج لإشباع حاجات الأفراد والجماعات الذين يهتم المشروع بخدمتهم وتقديم منتجاته لهم، ومن ثم يتم توليد الفكرة أو إقرار تنفيذها.

- **مرحلة تحليل الجدوى الاقتصادية للفكرة :** وفى هذه المرحلة يتم التنبؤ بحجم الإقبال المتوقع فى الحصول على المنتج أو استخدامه فى حالة طرحه فى السوق وتقدير العائد على رأس المال المستثمر فى الإنتاج ، وذلك بغرض تحديد الجدوى الاستثمارية من المنتج.

- **مرحلة اختبار المنتج :** ويتم فى هذه المرحلة طرح المنتج فى عدد محدود من الأسواق التى يتم تحديدها بغرض اختباره للتعرف على مدى الطلب عليه أو اكتشاف بعض السلبيات المرتبطة بالمنتج ، وذلك قبل تعميم تسويقه.

- **مرحلة التسويق :** وتُعد المرحلة الأخيرة فى مراحل ابتكار المنتج الجديد والتى تهتم بالقيام بالاستثمارات اللازمة لعمليات الإنتاج والتوزيع وتدريب القائمين على تقديم المنتج والترويج له واختيار الأسواق التى سوف يتم فيها طرحه للجمهور Public.

ولذا يجب قبل عملية تطوير المنتج إجراء الدراسات العلمية التى توضح مدى توافر الفرص المتاحة للمشروع والتى تتضمن المقوّمات الطبيعية وعوامل الجذب الأخرى والموارد البشرية التى تقوم بعمليات التخطيط للتسويق وإدارته وكذلك

القادة أو العاملين فى مجال تنفيذ المشروع ، حتى يمكن تقديم منتج بمستوى عال من الجودة.

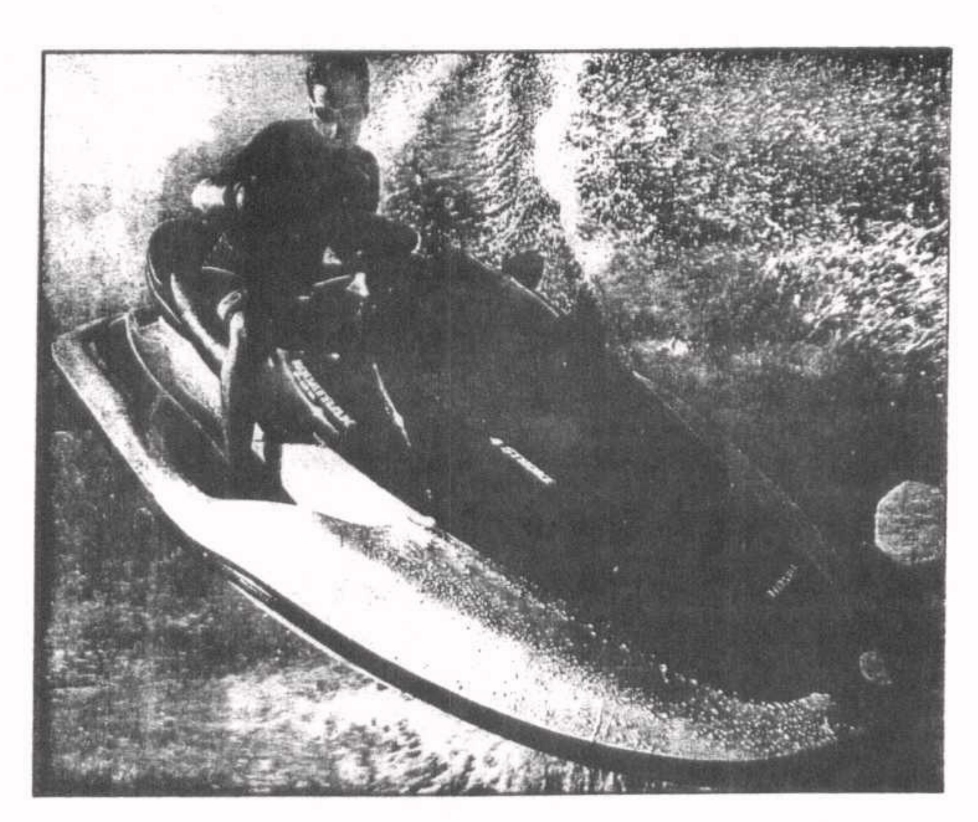
وفى هذا المجال قامت شركة Porta - Bote الأمريكية بإنتاج قارب أو زورق جديد يتميز بأنه ينطوى ويفرد ولا يزيد حجمه عن حجم لوح التزحلق على الماء، وبذلك فإنه لا يواجه مشكلة الحاجة إلى قطره خلف سيارة ، إذ يمكن حمله فوقها. كما أنه صُنع من مادة لا تحتاج إلى إعادة طلائها، كما أنها لا تتأثر بأشعة الشمس أو الأملاح أو الأحماض وغير قابلة للاشتعال، وقد تم اكتشاف هذه المادة - البولى بروبيلين - وتطويرها من خلال أبحاث صناعة سفن الفضاء .

وهذا القارب أو الزورق يمكن استخدامه للتجديف أو كزورق شراعى أو زورق بمحرك - لنش - كما يستخدمه هواة الغطس فى الأماكن التى يكثر فيها الصخور الحادة والشعاب المرجانية حيث أن جسم هذا الزورق يتميز بالمرونة ويقاوم الصخور المدببة والشعاب المرجانية.

كما أنه فى هذا المجال المرتبط بتطوير المنتج قامت شركة هوندا Honda بإنتاج دراجة مائية - جت سكى Jet Ski - رباعية الأشواط، وقد بدأت فى اجراء البحوث العلمية لتحقيق هذا الغرض فى الثمانينات واستمرت عملية البحث والتطوير فى أوائل التسعينات، إلا أنه فى عام ١٩٩٦ تم تشكيل النماذج التجريبية الأولى. وقد تم تطوير الدراجة المائية لتقوم بالنزهات البحرية لشخص أو شخصين أو ثلاثة أشخاص أو ركوب الأمواج أو سحب المتزحلق على الماء أو المستلقى على لوح تزحلق، كما تم تزويدها بالمحركات الرباعية الأشواط التى تلتزم بحماية البيئة البحرية، ويُطلق على المنتج اسم «أكو تراكس Aquatrax » .

تاسعاً : تقديم تحليل مالى للتسويق

وذلك يكون لتحديد موازنة تسويقية تتوافق مع الأهداف المالية للمشروع والموارد النقدية المتاحة، مع مراعاة أن تتسم تلك الموازنة بالمرونة لمواجهة الظروف



تطوير الأفكار المرتبطة بالمنتج لمواجهة المنافسة مع الأسواق الأخرى

الطارئة كزيادة البنود المالية للترويج والدعاية لمقابلة المنافسة المتزايدة من المشروعات الأخرى.

كما أن إعداد تلك الموازنة يكون بمثابة تجسيد للخطة الموضوعة لجميع أوجه نشاط المشروع المراد تطويرها فى ضوء التنبؤ بالظروف المستقبلية وتحليل للافتراضات المتوقع حدوثها مستقبلا، ولذا فإن الموازنة تُعد نوعاً من إعداد الخطة الرئيسية Master Plan فى صورة مالية أو كمية لجميع أوجه نشاط المشروع بغرض أن يصبح لكل من مجالاتها - بنودها - موضعاً فى تلك الموازنة التقديرية، ولذا تعرف تلك الأوجه من النشاط والمجالات المحددة بمراكز أو بنود الموازنة أو بمراكز التكلفة.

ويُعد تحديد التكلفة الكلية للمشروع هو نقطة البداية فى إعداد تقدير مبدئى للاحتياجات المالية لبيان التقدير الإجمالى لحجم الأموال المطلوبة لتنفيذ الخطة التسويقية. وذلك يتم فى ضوء عرض الموقف المالى للمشروع من خلال دراسة كل من مصادر الدخل وتسويق المنتج، والموقف المالى المتصور الذى على أساسه يتم توزيع النسب المالية على المناشط المختلفة للمشروع بناءً على المعلومات والبيانات المالية التى يتم الحصول عليها من مصادر متعددة، وذلك يكون بغرض مناقشة الموازنة الرئيسية للمشروع.

وبوجه عام فإن الرقم الإجمالى للموازنة التسويقية للمشروع يتأثر بعدد من المتغيرات، أهمها :

- حجم المشروع والأهداف المرجوة منه.
- نوع المنتج (الخدمات ، التجهيزات، المعدات، الأجهزة، الأدوات).
- المنافسة المتزايدة مع المشروعات الأخرى.

- وضع المشروع فى رأى المترددين على الاستمتاع بخدماته أو المستهلكين للمعدات والأجهزة والأدوات المرتبطة بمناشطه.
- هامش الربح المستهدف وفقاً للإيرادات المتوقعة.

كما أن التحليل المالى للتسويق يكون بمثابة تحديد لكل ما تحتاجه الاستراتيجية التسويقية للمشروع لتحقيق الأهداف المرجوة، وذلك كالاستحواذ على حصة تسويقية أكبر فى سوق قائم أو تنمية أسواق جديدة للمنتج الحالى، وهو ما يعرف باستراتيجية تنمية السوق Market Development أو تنمية منتج جديد وتسويقه فى السوق ذاته أو فى أسواق جديدة، وهو ما يعرف باستراتيجية تنمية المنتج Product Development .

عاشراً : تنفيذ الخطط العلمية للتسويق

بعد تقديم التحليل المالى يتم تنفيذ الخطط العلمية بغرض تحقيق أهداف التسويق، ويراعى فى هذه الخطط ما يلى:

- وضع برنامج عمل يشمل جميع الأعمال الواجب القيام بها لتحقيق الأهداف المرجوة.
- وضع برنامج زمنى يوضح الأعمال المطلوب تنفيذها مبيناً توقيت الابتداء أو الانتهاء لكل من تلك الأعمال المقرر تنفيذها.
- أن يكون تقدير الوقت اللازم لكل من تلك الأعمال وفقاً لنتائج الدراسات العلمية والبحوث التجريبية.
- اتخاذ القرارات بشأن كيفية تنفيذ تلك الأعمال فى الوقت المناسب أو المقرر فى برنامج العمل أو البرنامج الزمنى.
- تحديد المسئولين عن تنفيذ تلك البرامج الزمنية، وكذلك تحديد المسئولين عن عملية المتابعة لمراحل العمل.

إذ أن مراعاة تلك الاعتبارات عند تنفيذ الخطط العلمية للتسويق إنما يؤدى إلى النجاح فى تحقيق أهداف التسويق.

حادى عشر : تقويم استجابة المترددين على المشروع

للتأكد من أن الخطط العلمية للتسويق قد حققت أهداف التسويق فإنه يجب تقويم استجابة المترددين على المشروعات للانتفاع بالخدمات أو المنتجات المادية التى يقدمها المشروع بغرض التعرف على رد فعل جمهور المتفعين تجاه كل من تلك الخدمات التى يتم تقديمها كتوفير فرص الممارسة للعديد من مناشط الترويح المائى أو توفير بعض المعدات أو الأجهزة أو الأدوات بالجودة والأسعار المناسبة للمقبلين على طلبها ، إذ أن ذلك يؤدى إلى تحقيق الانسيابية لهذه الخدمات أو المنتجات وتحقيق الأهداف المرجوة من تقديمها.

وبذلك فإن تقويم استجابة المترددين على المشروع يتطلب استطلاع الرأى والاتجاه نحو كل ما تم التخطيط لتسويقه، كما يكون بمثابة المحك لقياس نجاحه، والتأكد من مدى تحقق الرضا لهذا الجمهور نتيجة إقباله أو طلبه لهذه الخدمات أو المنتجات المادية، ومن ثم فإن تقويم استجابة المترددين على هذا الطلب من مشروعات الترويح المائى إنما يُعبر عن مدى مراعاة التخطيط العلمى فى بناء استراتيجية التسويق من قِبل المسئولين عن بنائها.

قائمة صنع القرار التسويقى فى مجال الترويح المائى

يعتمد القرار التسويقى على البحث عن إجابة للعديد من التساؤلات المرتبطة بمشروع الترويح المائى، ومن أهم تلك التساؤلات ما يلى:

- ما هى أهداف المشروع؟ وما هى الأهمية النسبية لهذه الأهداف؟
- كيف يمكن تحديد هذه الأهداف فى صورة كمية أو كيفية؟

- ما هى طبيعة السوق واتجاهاته؟ وكيف يمكن تقسيمه إلى قطاعات أو شرائح؟
- ما هى القطاعات أو الشرائح المستهدفة فى السوق؟
- من هم المنافسون للمشروع؟ وما هى الإيجابيات والسلبيات للمشروعات المنافسة ؟
- ما هو رد فعل المترددين على المشروعات المنافسة تجاه الخدمات أو البرامج أو المناشط المقدمة منها؟
- ما هى الإيجابيات والسلبيات للمشروع؟
- هل الأهداف التسويقية للمشروع واقعية ومراعية للفرص والمخاطر المرتبطة بالسوق؟
- ما هى الخصائص التى تميز المنتج المقدم من المشروع عن غيره مما تقدمه المشروعات المتنافسة؟
- ما هى القيمة المادية التى يجب تحديدها لانتفاع المترددين على المشروع من الخدمات أو البرامج أو المناشط أو المعدات التى يقدمها؟
- أين يمكن ترويج المنتج للحصول على أقصى تأثير لزيادة قوة المشروع والإقلال من قوة المشروعات المنافسة؟
- ما هو برنامج العمل أو الجدول الزمنى لتنفيذ عمليات الترويح لمناشط وخدمات المشروع؟
- ما هو سلوك الجمهور المستهدف من مشروعات الترويح المائى تجاه وسائل الإعلام والدعاية المقدمة من المشروع؟
- كيف سوف يكون مضمون رسالة الترويج لكل ما يتم تقديمه من قبل المشروع المائى؟ وهل سوف تكون الرسالة محايدة أو إقناعية أو كلاهما؟

- ما هى الوسائل الاتصالية التى توفر أفضل وصول للجمهور المستهدف وبأقل تكلفة مادية؟
- كيف سوف يتم إخراج مضمون عمليات الإعلان والدعاية والإعلام التى تهتم بالترويج لمناشط وخدمات المشروع؟
- ما هى أدوات الرقابة على أداء عمليات الترويج بغرض التأكد من سلامتها؟
- كيف يمكن قياس التأثير الإجمالى لاستراتيجيات السوق فى تحقيق الأهداف التسويقية للمشروع؟
- كيف يتم تطوير الخطط التسويقية للمشروع فى ضوء المتغيرات التى تطرأ على السوق والبيئة التجارية أو الاقتصادية أوالسياسية التى تواجهه؟
- كيف سوف يتم تدبير التمويل اللازم لتحقيق أهداف الخطط التسويقية فى المجالات المختلفة لمشروع الترويح المائى؟

التمويل فى مجال مشروعات الترويح المائى

يُعد التمويل فى مجال مشروعات الترويح المائى مجموعة من الأسس والقواعد الاقتصادية التى تؤدى إلى تدبير الأموال اللازمة لإقامة المشروعات والحفاظ على استمراريتها وتطويرها والتوسع فى تقديم خدماتها بغرض تأكيد قدرتها على المنافسة مع المشروعات الأخرى وفقاً لما تتطلبه احتياجات السوق.

ولذا فإن من أهم وظائف التمويل فى مجال مشروعات الترويح المائى، ما يلى:

- التخطيط والتقدير للاحتياجات المالية للمشروع وفقاً لبرامج زمنية تُعد للوفاء بهذه الاحتياجات.
- تحديد النتائج المتوقعة من استخدام الأموال المراد توفيرها لمشروعات الترويح المائى وفقاً لمتطلبات السوق وبما يساير متغيراته العصرية، وذلك من خلال

الدراسة العلمية لمجالات استثمار أموال المشروع من الناحية الاقتصادية والتنبؤ بما سوف يتحقق من ربح نتيجة لإقامة المشروع.

- تدبير الأموال المطلوبة أو المقدرة للإنفاق منها على إقامة البنية الأساسية للمشروع وتصميم احتياجاته من المنشآت والمرافق وتوفير احتياجاته من القوى العاملة والصرف على مناشط المشروع وخدماته.
- إجراء الدراسات المالية لترشيد كافة القرارات التمويلية المرتبطة بالمشروع وكذلك لتوفير الرقابة والمحاسبة لحركة أموال المشروع.

وتوجد أنواع من التمويل المرتبطة بمجال مشروعات الترويح المائى، أهمها التمويل الحكومى، التمويل الخاص، التمويل الذاتى، التمويل الدولى، وفيما يلى توضيحاً لأهم هذه الأنواع من التمويل:

- التمويل الحكومى :

وذلك يكون فى شكل تقديم الأراضى التى سوف يتم إقامة المشروع عليها، أو توفير البنية الأساسية للمشروع، أو تطهير المسطحات المائية، أو توفير الصيانة الدائمة للشواطئ ، أو حماية البيئة من التلوث، أو توفير المظهر الجمالى للبيئة المحيطة بالمشروع ، أو تقديم الدعم المالى، أو تزويد المشروع بالعديد من الخدمات التى تتطلبها إقامة المشروع . . . وذلك من قبل الحكومة أو الوزارات أو الهيئات الحكومية المرتبطة بالسياحة الرياضية بوجه خاص أو السياحة بوجه عام.

- التمويل الخاص :

وذلك يكون من خلال الإعانات أو التبرعات التى يقدمها رجال الأعمال والمستثمرين، أو من خلال التسهيلات التى يقدمونها، أو التى تقدمها المؤسسات أو الشركات أو بنوك القطاع الخاص - غير الحكومية - وكذلك التبرعات التى يتم تقديمها من المواطنين بغرض إقامة مشروعات للترويح المائى.

- التمويل الذاتى :

وذلك يكون من خلال الإيرادات التى تتحقق من استثمار مرافق أو برامج أو مناشط الترويح المائى، أو من حصائل الرسوم المقررة على أنواع خدمات الترويح المائى فى مقابل الانتفاع بها، أو رسوم تأجير بعض مرافق المشروعات المرتبطة بالترويح المائى، أو عائدات الودائع المالية كالأسهم أو السندات أو الأوراق المالية.

التمويل المشترك :

ويشمل هذا النوع من التمويل كل من التمويل الحكومى والتمويل الخاص والتمويل الذاتى.

التمويل الدولى :

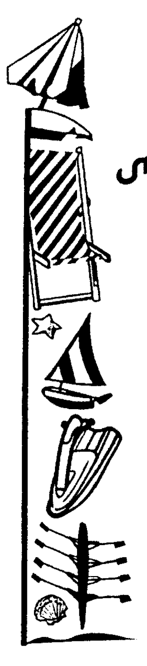
ويكون ذلك من خلال الحصول على منح من الهيئات أوالمنظمات الدولية كمنح منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة - اليونسكو- والاتحاد الدولى للرياضة للجميع، والمنظمة العالمية للصحة، والرابطة العالمية للفراغ والترويح، ومنظمة السياحة العالمية W.T.O ، والأكاديمية الدولية للسياحة.

ومن ثم تعتمد مشروعات الترويح المائى فى تحقيق أهدافها على الاهتمام بالتخطيط العلمى والموضوعى لعمليات التسويق التى تعبر عن فلسفة الإدارة العليا. وكذلك تعتمد على توفير التمويل المناسب لاحتياجاتها للحفاظ على استمراريتها وتطويرها بغرض تأكيد قدرتها على المنافسة مع المشروعات الأخرى.

كما أنه يجب النظر إلى التسويق كوحدة متكاملة باعتباره يعتمد على المقومات الطبيعية والمقومات الصناعية والخدمات والتسهيلات التى يكون المشروع فى حاجة إليها، مع مراعاة تأكيد أهمية الترويج لتلك المشروعات عبر الوسائل المختلفة للإعلان والدعاية والإعلام، وذلك بغرض جذب الأفراد إلى الاستمتاع أو المناشط التى يتم تقديمها فى مجال الترويح المائى.



الفصل الرابع



التدريب أثناء الخدمة
للعاملين فى مجال الترويح المائى

- مقدمة .
- أهمية التدريب أثناء الخدمة فى مجال الترويح المائى.
- تصنيف برامج التدريب أثناء الخدمة فى مجال الترويح المائى.
- تصميم برامج التدريب أثناء الخدمة فى مجال الترويح المائى.



التدريب أثناء الخدمة
للعاملين فى مجال الترويح المائى

مقدمة

اهتمت العديد من المراجع والدراسات العلمية بمجال التدريب أثناء الخدمة In Service Training أو تنمية الموارد البشرية Human Resources Development بالعنصر البشرى باعتباره محور العملية الإدارية ، وذلك بغرض تطوير أدائه من خلال تزويده بالمعرفة والخبرات والاتجاهات والأساليب العلمية لتحقيق الأهداف المرجوة والمستقبلية وفقاً لمخطط علمى لاحتياجات المتدربين ، وبما يتمشى مع التخطيط للقوى العاملة Manpower Planning الذى يهتم بتقدير احتياجات المشروع من الأفراد ذوى الكفاءة وفقاً لطبيعة عملهم، وكذلك يهتم بتحديد الوسائل التى تحقق هذه الاحتياجات من خلال برامج زمنية وسياسات مالية.

ومن ثم فإنه لكى يتم الأداء Performance على الوجه الأفضل يجب توفير المتطلبات المادية والبشرية والمعنوية للمنظمات، وكذلك تهيئة الظروف والأوضاع التنظيمية والإدارية وتوفير المعلومات والإرشادات والمعايير الموجهة للأداء فى العمل وبما أن الظروف والأوضاع تتغير وتتبدل الأساليب والوسائل التقنية وتختلف كفاءة العناصر المستخدمة فى الأداء من فترة لأخرى وتتطور الأهداف والتطلعات، فإن ذلك يتطلب التطوير المستمر فى الأداء وفقاً لتطور الظروف والموارد والمعوقات المتغيرة باستمرار . ولذا فإنه يجب التخطيط للموارد البشرية فى ضوء التنبؤ الذى يعتمد على تحليل احتياجات المؤسسات من الموارد البشرية وتوقع التغير فى الاتجاهات البيئية للعاملين وبيئة الأعمال.

يؤكد وليم تريسى William Tracey على أن الطريقة التى يدار بها العنصر البشرى أو التى يتم من خلالها تدريبه أو تطوير أدائه تُعد من العوامل الرئيسية

لتحقيق الربح والعائد على الاستثمار فى المشروعات. وكذلك يرى على السلمى أن الكفاءة الإنتاجية Productive Efficiency تُعد هدفاً للإدارة، وتُشير إلى العلاقة بين كمية الموارد المستخدمة فى عملية الإنتاج والعائد من تلك العملية، ولذا فإن تلك الكفاءة ترتفع كلما ارتفعت نسبة الناتج إلى المستخدم من الموارد.

ويوضح ذلك رفاعى محمد بالإشارة إلى أن الكفاءة الإنتاجية تُعد بمثابة النسبة بين كمية ما أنتجه المشروع من سلع أو خدمات خلال فترة زمنية محددة -المخرجات- وعناصر الإنتاج التى أُستخدمت لتحقيق ذلك الناتج -المدخلات- ولقد عبر عن ذلك بالمعادلة التالية:

$$\text{الكفاءة الإنتاجية} = \frac{\text{المخرجات}}{\text{المدخلات}}$$

أو

$$\text{الكفاءة الإنتاجية} = \frac{\text{المخرجات (الناتج من السلع والخدمات)}}{\text{المدخلات (العمل + رأس المال + الموارد)}}$$

وكذلك يرى كوينج Cowing إن الإنتاجية Productivity تتحدد بشكل عام فى ضوء الكفاءة التى تتحول بها المدخلات Inputs إلى المخرجات Outputs المرجوة من العملية الإنتاجية.

ويؤكد على ذلك طريف شوقى بإشارته إلى أن العديد من الباحثين يرون أن الأختلاف الرئيسى بين المنظمات الناجحة فى تحقيق أهدافها أو غير الناجحة فى هذا الشأن إنما يعزى إلى الفروق فى طبيعة القيادة التى تتولى إدارة هذه المنظمات . ولذا يرى على السلمى أن الأفراد المدربين من ذوى الكفاءة والمقدرة والرغبة يعدون العنصر الرئيسى والحاسم فى تحقيق أهداف المنظمات أو الهيئات، وأنه مهما توافرت الإمكانات للعمل والإنتاج، فإن الأفراد يكونوا هم القادرون على الاستفادة منها فى تحقيق الأهداف المرجوة.

ولذا يرى رفاعى محمد أن مستوى كفاءة أى مشروع وكذلك قدرته على تحقيق أهدافه، بل وقدرته على البقاء والاستقرار، إنما يتوقف فى المقام الأول على موارده الإنسانية . وكذلك يؤكد زكى محمود هاشم على أنه قد أصبح يقيناً أن القادة الأكفاء لا يظهرون فجأة أو عرضاً أو عن طريق النمو التلقائى ، وإنما يكون ذلك راجعاً إلى الدور الهام الذى يؤديه التدريب الواعى والمخطط له أثناء الخدمة.

ويعتبر محمد الناشد أن التدريب يُعد نوعاً من الاستثمار البشرى وعنصراً هاماً من عناصر تحقيق الإنتاجية ، إذ يتم من خلاله رفع مستوى الأداء عن طريق تنمية المهارات والمعرفة وتغير الاتجاهات لزيادة الإنتاج.

كما يرى روسمان Rossman أن التدريب أثناء الخدمة يُشير إلى العملية التى تزوّد العاملين بالمعرفة والمهارات والقدرات والاتجاهات التى هم فى حاجة إليها لأداء المهام والمسئوليات التى تتطلبها طبيعة عملهم فى المؤسسات التى يعملون بها.

بينما يرى جون كاولى John Cowley أن التدريب أثناء الخدمة له العديد من المداخل Approaches التى تؤكد الحاجة إليه، وأهمها ما يلى:

- حاجة العاملين الجدد للتدريب الأوّلى الذى يمهد لهم الدخول فى الالتحاق بالمهنة أو العمل.
- تحسين أداء العاملين أو التعرف على بعض أوجه النشاط المستحدثة فى المشروع من خلال برامج التدريب المعدة لتحقيق ذلك.
- العمل على تزويد العاملين بالمهارات التى تتطلبها مهام عملهم وتحقيق التطوير الوظيفى لها.
- الاستجابة لمشاكل الأداء فى العمل من خلال السعى إلى تصحيح النقص فى الكفاءات المتاحة ومواجهة العمليات الحديثة، وذلك من خلال برامج التدريب التى تتناسب مع المتغيرات الطارئة.

وكذلك توضح مارجريت بلانكسبى Margaret Blanksby إن التدريب هو بمثابة العملية التى تسمح للأفراد أو الجماعات أو فرق العمل بتحقيق أهم الأهداف التالية :

- أداء العمل المطلوب منهم بمستوى جيد.
- تعلم طرق جديدة تزيد من كفاءة العمل وكذلك التزّود بمعلومات وأسس ترتبط بطريقة الآداء الفنى للعمل المطلوب القيام به.
- التحوّل من حالة عدم القدرة على القيام بأداء عمل ما أو من عدم فاعلية الأداء ، إلى حالة القدرة على أدائه بفاعلية.

ويؤكد كل من محمد صبحى حسانين وأمين الخولى على أن توفير برامج الصقل أو التدريب أثناء الخدمة للمتخصص المهنى يتيح له فرص النمو والخبرة والإتقان والجودة ، ويلبى احتياجاته، ويزوده بالعديد من الحلول النظرية والتطبيقية للمشكلات المحتمل مواجهتها فى الواقع الميدانى لتخصصه.

ولهذا يرى عبدالرحمن توفيق أن التدريب يعمل على تزويد العاملين بالأساليب والخبرات والاتجاهات العملية والعلمية اللازمة لاستخدام المعارف والمهارات التى حصلوا عليها بغرض تقديم أفضل أداء ممكن فى وظيفتهم الحالية وإعدادهم للقيام بالمهام الوظيفية المستقبلية وفق مخطط علمى لاحتياجاتهم التدريبية.

ويمكن التعبير عن الاحتياجات التدريبية Training Needs بأنها أنواع التغيرات أو الإضافات المطلوب إدخالها على السلوك الوظيفى للعاملين وأسلوب أدائهم عن طريق التدريب، فالحاجة التدريبية تشير إلى وجود تناقض أو اختلاف حالى أو مستقبلى بين وضع قائم ووضع مرغوب فيه لأداء مطلوب من المشروع أو الوظيفة أو الأفراد، سواء كان ذلك مرتبطاً بالمعارف أو المهارات أو الاتجاهات أو مرتبطاً بكل ذلك.

ويوضح هوارد كنوف Howard Knoff أن الاحتياجات التدريبية تمثل المطالب التى يرى العاملون أنها ضرورية لزيادة معرفتهم وخبراتهم وتطوير أدائهم وسلوكهم المهنى واتجاهاتهم نحو المهنة أو العمل حتى يمكنهم أداء عملهم بكفاءة، ومن ثم إحساسهم بالرضا الوظيفى أو المهنى Job Satisfaction . كما يُشير دافيد David إلى أنه يمكن استطلاع رأى المتدربين فى موضوعات البرنامج التدريبى لمعرفة مدى احتياجاتهم لتلك الموضوعات التى يجب أن ترتبط بطبيعة المهام الموكولة إليهم لأدائها.

ويرى جون كاولى John Cowley أنه يجب البحث بطريقة علمية عن إجابة لأهم التساؤلات التى يُثيرها تحديد الاحتياجات الأساسية لعملية التدريب والتطوير، وهى:

- ما هى احتياجات الأفراد المراد تدريبهم - المتدربون- وذلك حتى يمكن تلبيتها لهم؟
- ما هى الاحتياجات الفعلية للمشروع سواء المطلوب توفيرها فى الوقت الحاضر أو فى المستقبل؟
- ما هى طبيعة البرنامج التدريبى والمناسب لتحقيق هذه الاحتياجات الفعلية؟
- ما هى أهداف التدريب المقررة فى ضوء تحديد هذه الاحتياجات التدريبية؟
- من الذى يحتاج إلى هذا النوع من التدريب من العاملين؟
- ما هو التدريب المطلوب؟
- ما هى طبيعة الوسائل التدريبية التى سوف يتم استخدامها فى عملية التدريب والتطوير؟
- ما هى التكلفة المطلوبة للحصول على النتائج المتوقعة من البرنامج التدريبى؟

أما مارجريت بلانكسبى Margaret Blanksby فإنها تؤكد على أنه يجب البحث عن إجابة لعدد من التساؤلات المرتبطة بعمليات تحديد الاحتياجات الأساسية للتدريب أثناء الخدمة، وهى:

- من هم المتدربون الذين فى حاجة إلى التدريب؟
- ما هى الاحتياجات التدريبية لهؤلاء المتدربين؟
- من هم المدربون الذين سوف يقومون بتدريب هؤلاء المتدربين لتلبية احتياجاتهم التدريبية؟
- أين سوف يتم التدريب - المكان أو الموقع ؟
- ما هى التجهيزات التدريبية المناسبة المطلوب توفيرها فى برنامج التدريب وبما يتناسب مع طبيعة البرنامج التدريبى؟
- ما مدى تهيئة الإدارة المسئولة عن التدريب للمناخ الذى سوف يتم فيه تنفيذ البرنامج؟
- ما هو أنسب محتوى أو مضمون لتحقيق أهداف برنامج التدريب وتلبية احتياجات المشروع أو المتدربين أو الاثنين معاً؟
- وما هى الأدوات والأجهزة المتاحة للتدريب؟ وما مدى مناسبتها ومطابقتها للمواصفات القياسية ؟
- ما هى التوقعات المحتملة بعد الانتهاء من تطبيق البرنامج التدريبى، ويُعبر عنها المخرجات؟

كما يرى إبراهيم مطاوع أن التدريب أثناء الخدمة يُعد جزءاً من التنمية البشرية يتم من خلال عملية التعليم، وأن الإجابة على التساؤلات التالية توضح أبعاد ذلك النوع من التدريب ، وهى:

- متى يتم تدريب العاملين فى المجال أثناء الخدمة؟

- أين يتم التدريب ؟

- ما هو نوع البرامج التدريبية المطلوبة؟

- ما هى وسائل التدريب التى يجب اختيارها؟

- كيف يتم التخطيط لبرامج التدريب أثناء الخدمة وتنفيذها؟

- ما هى المؤسسات المنوطة بالتدريب أثناء الخدمة ؟

- ما هى نتائج التدريب أثناء الخدمة التى تتحقق للمشاركين فى البرامج المعدة لذلك ؟

- ما هى وسائل التقويم المتبعة فى تقدير النتائج ؟

بينما يؤكد مدلى مست وآخرون Middlemist et al على أن نجاح برامج التدريب يرتبط باتخاذ مسئولى التدريب أهم الخطوات العلمية التالية:

- تحديد الأفراد المقصودين من البرامج وهم المراد تدريبهم، وذلك وفقاً لاحتياجاتهم التدريبية.

- تحديد أهـــداف التدريب والحاجة إليه بواسطـــة عمليتى التحليل الوظيفى Job Analysis والوصف الوظيفى Job Description .

- تحديد محتوى البرنامج فى ضوء المبادئ والنظريات ذات العلاقة بموضوع التدريب.

- التقويم الفعال للنتائج للحكم على درجة تحقيق البرنامج لأهدافه المرجوة والمراد بلوغها.

ولذا يؤكد عبدالرحمن توفيق على أنه يجب توافر بعض الاشتراطات حتى يمكن تحقيق برامج التدريب أثناء الخدمة لما هو مرجو منها من أهداف، وهى الاشتراطات التالية:

- توافر العدد الكافى من المدربين المؤهلين وذوى الكفاءة لتنفيذ البرنامج حتى يتحقق له النجاح بالكيفية المرجوة منه.
- تحديد منتظم لاحتياجات المتدربين من خلال مراجعة كل خطط التدريب الرئيسية للإدارة المسئولة عن البرامج المعدة، وتحليل التقارير المهتمة بملاحظة وتقويم المتدربين، وكذلك من خلال إجراء دراسات تهتم بمسح احتياجاتهم.
- توافر الحيز المكانى والمرافق والأجهزة والمواد اللازمة لتنفيذ البرنامج، حيث أن ذلك يوفر بيئة تعليمية وتدريبية مناسبة.
- استخدام مجموعة متنوعة من استراتيجيات التدريب والطرق والأساليب فى برامج التدريب أثناء الخدمة، مع الاهتمام بالبيان العملى والأداء والمعلومات المرتدة والتدريب باستخدام الوسائل المتعددة ، وذلك الاستخدام يكون وفقاً لنوع الموضوعات وطبيعة المهارات.
- اختيار مناسب لبرامج التدريب لتحقيق الاحتياجات التدريبية والأهداف المقررة للبرنامج، وذلك وفقاً لنوع التدريب أو طبيعته.
- توافر الفاعلية لتقويم البرنامج من خلال العديد من الوسائل التقويمية، وذلك للحكم الجيد عن ما تحقق من نتائج أو ما يعرف بالمخرجات.

وعن أهمية تقويم برامج الصقل أو التدريب أثناء الخدمة يرى باميل Pamale **أنه يجب أن يتناول الأثر الفعلى الذى يتركه البرنامج فى أداء المتدربين فى مجال العمل، كما يجب أن يشمل البرنامج ذاته من حيث مادته أو محتواه وأساليب التدريب وموعد ومدة التدريب وكذلك مقر تنفيذ البرنامج وتجهيزاته.**

ولذا يرى وليم تريسى William Tracey أن برامج التدريب أثناء الخدمة يجب أن تستخدم نظم يتم اختيارها لتحقيق فاعلية التدريب وبما يتمشى مع الوسائل التقنية المتاحة والتكاليف Cost Effectiveness لتحقيق النتائج المرجوة وإتاحة فرص وفيرة للمتدربين لتطبيق أنواع المعرفة والمهارات الجديدة التى تم التدريب عليها وتزودوا بها.

وبما تقدم يتضح مفهوم التدريب أثناء الخدمة In Service Training وأهميته وأهم الخطوات العلمية التى يجب اتباعها حتى يتحقق النجاح لبرامج التدريب. ومن ثم يجب الاهتمام بالتدريب أثناء الخدمة للعاملين فى مجال الترويح المائى بغرض تنمية جوانبهم المعرفية والمهارية والسلوكية حتى يمكنهم القيام بكفاءة بمهام أعمالهم. كما يجب أن يكون هذا النوع من التدريب إجراء يتم منذ تخرجهم من الهيئات المعنية بإعدادهم المهنى، ويستمر معهم طوال مدة خدمتهم.

أهمية التدريب أثناء الخدمة فى مجال الترويح المائى

يُتيح التدريب أثناء الخدمة الفرص للعاملين فى مجال مشروعات الترويح المائى لتحقيق ما يلى:

- تنمية المعلومات المرتبطة بأحدث الطرق والأساليب لتعليم مناشط الترويح المائى، وبالوقاية من المخاطر التى قد تنتج عن ممارسة بعض هذه المناشط وبالتعرف على خصائص أحدث المعدات والتجهيزات المرتبطة بهذا المجال، وكذلك الفهم الواعى للبيئة ومقوّماتها الطبيعية، ولدور قوانين حماية البيئة فى مكافحة أشكال التلوث البيئى.

- تنمية المهارات اللازمة لأداء مناشط الترويح المائى وتطويرها مما يسمح بأداء النماذج العملية وتحسين مستوى الأداء. وكذلك تنمية القدرة على تعلم مهارات جديدة تتطلبها طبيعة العمل وإتقانها وفقاً للأسس والمبادئ الحديثة للتعليم والتدريب.

- تنمية الاتجاهات وفقاً لأحدث التطورات التربوية المعاصرة وزيادة الرغبة للعمل فى مجال الترويح المائى.

- معالجة بعض القصور لدى العاملين سواء فى المعارف أو المهارات اللازمة لأداء العمل بمستوى مناسب من الكفاءة، مما يؤدى إلى مواجهة التغيرات الحديثة التى طرأت على مجال الترويح المائى سواء فى مجال التصنيع أو مجال تقديم الخدمات.

- إعادة تدريب العاملين لمواكبة التغير الذى طرأ على أساليب تعليم وتدريب مناشط الترويح المائى، وكذلك التطوّر الذى لحق بالمعدات أو الأجهزة أو الأدوات أو التجهيزات المرتبطة بتلك المناشط ، وذلك بغرض تأهيلهم للعمل بكفاءة.

- إعداد الكفاءات للعمل فى مجال إدارة مشروعات الترويح المائى وتزويدهم بالخبرات المناسبة، وذلك فى مجال التعليم والتدريب لمناشطه، وفى مجال التخطيط أو التصميم لبرامجه ، وفى مجال التكنولوچيا الهندسية لمشروعاته وتجهيزاته، وفى مجال الصيانة لمعداته وأجهزته وأدواته ومرافقه .

- إتاحة الفرص للمتدربين من العاملين فى مجال الترويح المائى لمناقشة المشكلات العلمية التى تواجههم ، وذلك كالخوف الذى ينتاب بعض الممارسين وكيفية توفير بيئة صحية تسهم فى أداء مناشطهم فى مناخ يبعث على الطمأنينة.

- التغلب على العديد من المشكلات التى تواجه العاملين فى مشروعات الترويح المائى كل وفقاً لمجال عملهم.

- مساعدة العاملين فى مجال الترويح المائى فى استكشاف استعداداتهم وقدراتهم الذاتية، وتطوّر مفهوم الذات الإيجابية لديهم، وذلك من خلال تحقيق متطلبات المهام الموكولة إليهم بنجاح.

- تشجيع التطوير الذاتى للعاملين فى مجال الترويح المائى ودفعهم إلى العمل لتطوير ذاتهم مدى الحياة، وذلك وفقاً لطبيعة عملهم.

- تحقيق الرضا عن العمل Job Satisfaction للعاملين فى مجال الترويح المائى نتيجة لتقدير الإدارة لدورهم الناجح والمتميز فى تنفيذ برامج المشروع، ولما يتمتعون به من كفاءات Compentency تُسهم فى تحقيق الأهداف المقررة سلفاً.

ولأهمية التدريب أثناء الخدمة فإن اتحاد الغرف السياحية بجمهورية مصر العربية قد أيد مشروعا التحديث المهارات المهنية الأساسية فى (١٩) مهنة بقطاع السياحة، وذلك لتوفير العمالة السياحية المدربة وجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية ومواجهة المنافسة فى أسواق العمل الخارجية.

وقد قام رئيس الاتحاد المصرى للغرف السياحية بعقد اتفاق مع الصندوق الاجتماعى - الممول - لتنفيذ المشروع يتم بمقتضاه إنشاء وحدة للتنمية البشرية والتدريب تتولى تنفيذ وتنسيق أعمال المشروع مع الهيئة الاستثمارية الأجنبية للمشروع - المشكلة من المركز البريطانى ومجموعة من المؤسسات وبيوت الخبرة الدولية - وقد تم توقيع هذا الاتفاق فى ٢٣/ ٢/ ٢٠٠٠.

ويتبنى المشروع تطبيق أحدث المناهج العلمية المستخدمة فى الاتحاد الأوروبى ومعظم الدول المتقدمة فى العالم التى تتميز بارتفاع مستوى التعليم بها، ويسعى المشروع إلى تحقيق الأهداف الرئيسية التالية:

- إنشاء نظام للمعايير المهنية ومستويات المهارات لكل مهنة بالقطاع السياحى فى إطار مستويات للمهارات القومية القياسية ، وإنشاء نظام متطور لمنح الشهادات قياساً بالمستويات الأوروبية.

- وضع وتحديد برامج التدريب المطوّر وفقاً لمستويات المهارة ووضع النظام الخاص بقياسها واختبارها.

- تطوير وتنمية قدرات عدد من مراكز التدريب السياحى، لرفع كفاءتها التدريبية لتنفيذ البرامج التدريبية.

- إعداد برنامج مطوّر لتدريب المدربين على أعلى مستوى لجميع المهن السياحية.

- تدريب وتأهيل نخبة من المدربين السياحيين فى جميع التخصصات السياحية قياساً بالمستويات الأوروبية مع منحهم شهادات معتمدة طبقاً للمستويات الأوروبية ، ليكونوا نواة لتدريب مدربين آخرين.

- تجربة البرامج المطوّرة على المتدربين للتأكد من مستوى كفاءتها.

- إنشاء وحدة دائمة متخصصة لتنمية الموارد البشرية والتدريب باتحاد الغرف السياحية ، تتولى تنفيذ المشروع والتنسيق مع الجهات المعنية ومتابعة الإشراف على برامج التدريب وتطويرها.

- إنشاء قاعدة معلومات وتطويرها للأغراض الإحصائية فى مجال التنمية البشرية والتدريب، وذلك فيما يرتبط بالمشروع.

- إنشاء مركز لتدريب القيادات لتأهيل المدربين والإداريين والمديرين العاملين بمراكز التدريب.

تصنيف برامج التدريب أثناء الخدمة فى مجال الترويح المائى

يرى محمد الحماحمى أنه يمكن تحقيق التنمية المهنية للعاملين فى مجالات التربية البدنية والرياضة والترويح(*) من خلال الاهتمام ببرامج التدريب أثناء الخدمة التى تعمل على تحقيق العديد من الأهداف المرتبطة بهذه التنمية، وأنه يمكن تقسيم هذه البرامج وفقاً لأهدافها إلى ما يلى:

(*) يُعد الترويح المائى من أنواع الترويح وذلك بوجه عام، ومن مناشط الترويح الرياضى بوجه خاص.

- برامج التدريب عند بداية العمل

ويُطلق على هذه البرامج مسمى البرامج الإرشادية ، وهى التى تهتم بتدريب العاملين الجدد فى مهنتهم على المهارات التى تتطلبها طبيعة عملهم، وذلك كتزويدهم بالمعارف والمعلومات المرتبطة ببيئة العمل، وباستخدام وسائل التعليم والتدريب على مناشط الترويح المائى.

- برامج التأهيل التربوى

تسعى هذه البرامج إلى تأهيل العاملين فى مجال الرياضة والترويح تأهيلاً تربوياً وأكاديمياً حتى يمكنهم القيام بمهام عملهم، وذلك لكل من تقل مؤهلاتهم عن المستوى العلمى والتربوى المطلوب للعمل أو للحاصلين على مؤهلات جامعية غير مرتبطة بعملهم ، وللقيادات التى تقبل العمل التطوعى، كما تهدف هذه البرامج إلى استكمال أعداد العاملين فى تلك المجالات من المؤهلين الذين هم فى حاجة إلى تدريب تخصصى لاستكمال تأهيلهم لتعويض النقص لديهم فى بعض المهارات التى تتطلبها طبيعة عملهم.

- البرامج التجديدية

يتم تنظيم تلك البرامج التدريبية بغرض ملاحقة التطور فى مجال الرياضة والترويح ومسايرة الاتجاهات المعاصرة، مما يؤدى إلى تطوير مهارات العاملين بها وزيادة معرفتهم بمجال عملهم وفقاً لأحدث النظريات العلمية والتربوية والإطلاع على نتائج الدراسات والبحوث العلمية والاستفادة من تطبيق نتائجها.

وبذلك تعمل هذه البرامج على تهيئة العاملين بهذه المجالات للتكيّف مع بعض أنواع التطوير أو التجديد المتوقعة، كتطور طرق وأساليب التعليم والتدريب فى الرياضة وتطوير أساليب الإشراف فى مجال الترويح وتقديم واستحداث خدمات جديدة فى مجال الترويح المائى.

- برامج التدريب على المهارات والتدريب الفنى

تهتم تلك البرامج التى يُطلق عليها مسمى Skill And Technical Training برفع كفاءة العاملين فى مجال الرياضة والترويح ليتمكنوا من استخدام نظم ومعدات وأجهزة وأدوات وأساليب مستحدثة ، وذلك كما هو متبع فى تكنولوچيا التعليم والتدريب فى مجال الرياضة والترويح، **وتتضمن تلك البرامج أهم ما يلى:**

- استخدام التقنيات التربوية فى كل من الرياضات المائية أو الترويح المائى.
- تشغيل الأجهزة التدريبية فى مجال الرياضة والترويح المائى، ومعرفة استخدام التجهيزات المرتبطة بذلك.
- إدارة المنشآت التى تخدم مجال الرياضة والترويح المائى، وذلك كالقرى السياحية المهتمة بتلك المناشط.
- التعامل مع الحاسب الآلى وقراءة وتفسير مخرجاته Outputs والاستخدام الأمثل لإمكانات وخدمات معالجة البيانات فى مجال الترويح.

- برامج التدريب للترقية إلى وظائف أعلى

وهى برامج لتأهيل المعلمين أو المدربين أو الإداريين العاملين فى مجال الترويح المائى لتولى وظائف فى مستويات فنية أو إدارية أعلى، أو الارتقاء بمستواهم المهنى. وهذا يتطلب تصميم برامج لتطوير أو تحديث أو زيادة مستواهم المعرفى ومهاراتهم المهنية، أو تدريبهم على سلوكيات جديدة تتمشى مع طبيعة عملهم أو مناصبهم أو وظائفهم الجديدة.

وفى هذا الشأن فإن الاتحاد الألمانى للغوص قد نظم دورة ترقى للمدربين الألمان فى الغوص بمدينة سفاجا بالبحر الأحمر فى أكتوبر (٢٠٠٠) ، وقد شارك

فى برنامج تلك الدورة التدريبية (٤٠) مدرباً للغوص حصل منهم (٣٢) مدرباً على شهادة مدرب ثلاث نجوم، وهى تُعد من أرقى مستويات التدريب فى الغوص.

كما قام الاتحاد الألمانى للغوص بتنظيم عدة دورات تدريبية أخرى خلال الأسبوع الأخير من نوفمبر والأسبوع الأول من ديسمبر ٢٠٠٠ بمدينة سفاجا، إذ يقوم الاتحاد الألمانى للغوص بإقامة البرامج النظرية للتدريب فى ألمانيا، بينما يُقيم البرامج العملية فى ساحل البحر الأحمر بالمشاركة مع الاتحاد المصرى للغوص.

- برامج التدريب على السلامة

تهدف هذه البرامج التدريبية Safty Training إلى تنمية اهتمامات العاملين فى مجال الترويح المائى نحو أهم ما يلى:

- توفير بيئة عمل تعليمية أو تدريبية يتحقق لها عوامل الأمان والسلامة التى يجب توفيرها للمتعلمين والمتدربين - الممارسين - لمناشط الترويح المائى.
- كيفية الوقاية من الإصابات والأمراض المرتبطة بطبيعة المناشط التى يتم تعليمها أو التدرب عليها فى مجال الترويح المائى.
- التدريب على الإجراءات والممارسات والطرق والأساليب المرتبطة بمعالجة الإصابات والأمراض ذات العلاقة بممارسة تلك المناشط.
- التدريب على كيفية توعية المتعلمين أو الممارسين لمناشط الترويح المائى بأساليب وإجراءات الوقاية من الإصابات والمخاطر المرتبطة بتلك الممارسة.
- التعرف على الأدوات والأجهزة الواقية من العديد من الإصابات والمخاطر التى يتعرض لها الممارسين فى بعض المناشط.
- التعرف على بعض مبادئ اللعب التى توفر الوقاية والحماية من الإصابات والتعرض للمخاطر، وذلك فى أثناء ممارسة مناشط الترويح المائى.

- كيفية تنقية مظاهر التلوث البيئى وتوفير عوامل وقاية البيئة من هذا النوع من التلوث.

- برامج التدريب على أخلاقيات المهنة

وهذا النوع من البرامج Ethics Tranining **يهتم بتعريف العاملين فى مجال الرياضة والترويح بأخلاقيات وميثاق شرف المهنة ، وذلك من خلال تدريبهم على أهم ما يلى:**

- الالتزام بميثاق وآداب وأخلاقيات المهنة واحترام القيم والمثل والمبادئ السائدة فى مجال الرياضة والترويح.
- التصدى للسلوك غير الأخلاقى وإعطاء المثل والقدوة فى الإرادة والمثابرة على الأداء والالتزام بالقوانين المنظمة لمناشط الترويح المائى.
- احترام التشريعات والقوانين المرتبطة بحماية البيئة ومكافحة التلوث بجميع أنواعه.

ويرى كل من محمد صبحى حسانين وأمين الخولى أنه يمكن تصنيف برامج التدريب أثناء الخدمة وفقاً للاعتبارات التالية:

- **التفرغ للتدريب:** إذ أن بعض برامج التدريب تتطلب أن يكون المتدرب متفرغاً للتدريب ومن ثم انقطاعه عن أداء عمله الوظيفى المنوط بالقيام بمهامه، بينما بعض البرامج التدريبية لا تتطلب ذلك حيث ان الالتحاق بها قد يكون فى فترات الراحة من العمل الرئيسى أو فى أيام العطلات الأسبوعية أو الأجازات أو فى فترات غير أوقات العمل.
- **الفترة الزمنية:** ويمكن تقسيم برامج التدريب أثناء الخدمة وفقاً لهذا الاعتبار إلى ثلاثة أنواع من البرامج، وهى:

- **برامج قصيرة المدة :** وتلك البرامج لا تتطلب التفرغ من العمل، إذ تتراوح مدتها بين يوم أو عدة أيام.
- **برامج متوسطة المدة :** ويتراوح مدة التدريب وفقاً لهذه البرامج بين أسبوعين أو أكثر، ومن ثم تتطلب تفرغ المتدرب من العمل الرئيسى له.
- **برامج طويلة المدة :** وهى تحتاج لتفرغ المتدرب من العمل الرئيسى له، وتكون فى شكل منح أو بعثات لمدة شهرين على أقل تقدير.

- **مستوى التدريب :** ويحدد ذلك بعض المؤشرات المرتبطة بالمؤهل الدراسى والخبرة العملية والالتحاق من قبل ببرامج تدريبية . **ويمكن تقسيم برامج التدريب أثناء الخدمة وفقاً لهذا الاعتبار إلى المستويات التالية:**

- **برنامج أساسى :** وينظم هذا البرنامج لحديثى التخرج أو لمن لم يعمل أو يلتحق من قبل ببرامج للتدريب.
- **برنامج متوسط المستوى :** ويُعد هذا البرنامج للمتدربين الذين اجتازوا بنجاح البرنامج الأساسى أو لمن تؤهلهم تقارير الكفاية المهنية للالتحاق بفاعليته.
- **برنامج متقدم المستوى :** ويُعد هذا النوع من البرامج للذين اجتازوا بنجاح البرنامج السابق أو للترقى لوظائف أعلى.

ويُشير كل من محمد صبحى حسانين وأمين الخولى إلى أنه يتم تصنيف الغواصين وفقاً للمستويات التالية:

- **غواص ذو نجمة واحدة :** ويكون قادراً على الاستخدام الجيد لجميع معدات الغوص بصحبة مدرب أو غواص حاصل على درجة ثلاث نجوم.

- **غواص ذو نجمتين :** ويكون ذا خبرة وقادراً على الغوص مع زميل له لا يقل عن درجته ، إلا أنه لا يتمتع بخبرة كافية لقيادة غواص حاصل على نجمة واحدة.

- **غواص ذو ثلاث نجوم :** ويكون مدرباً وذو خبرة وقادراً على قيادة غواصين آخرين أقل منه درجة.

- **غواص ذو أربع نجوم :** ويكون قادراً على قيادة الغواصين من درجات أقل والتخطيط للغوص لتنفيذ بعض المهام أو الأهداف الأكثر تعقيداً كالغوص للبحث عن أشياء وانتشالها.

بينما يتم تصنيف المدربين وفقاً للمستويات التالية:

- **مدرب ذو نجمة واحدة :** وهو غواص حاصل على درجة ثلاث نجوم ومزوّد بمعلومات أساسية فى طرق تدريب الغواصين، ويكون قادراً على تنفيذ التدريبات العملية والتدريس فى البرامج التدريبية المعدة فى مجال الغوص.

- **مدرب ذو نجمتين :** ويكون مزوداً بالخبرة والمعلومات والمهارات للتدريس والمساعدة فى تدريب مدرب ذى نجمة واحدة.

- **مدرب ذو ثلاث نجوم :** ويكون ذا خبرة متكاملة وقادراً على تدريب جميع الغواصين والمدربين من ذوى الدرجات الأخرى، وكذلك الإشراف على مدارس ومراكز الغوص والدورات والمؤتمرات المتخصصة فى هذا المجال.

- **مدرب ذو أربع نجوم :** ويكون مؤهلاً للعمل على المستوى الدولى بعد ترشيحه من قبل الاتحاد المسئول عن الغوص.

وبذلك نرى أن التدريب أثناء الخدمة فى مجال الترويح المائى يهتم بتطوير أداء العاملين فى مشروعاته المتعددة وذلك من خلال تزويدهم بأحدث أنواع المعرفة والمهارات المرتبطة بتطبيق العمل وفقاً لأحدث النظريات والاتجاهات العلمية

والتربوية، وكذلك تحفيزهم على التطوير الذاتى وتنميتهم مهنياً لمواكبة التطور الذى يلحق بالمجال، مما يؤدى إلى الارتقاء بمستوى أدائهم للمهام والمسئوليات الموكولة إليها، ومن ثم زيادة قدرتهم على مواجهة العديد من مشكلات العمل والتغلب عليها. كما أن التدريب أثناء الخدمة يسعى إلى تحقيق الرضا المهنى أو الوظيفى للعاملين بالمجال نظراً لتحقيقهم النجاح فى التكيف مع المتغيرات والمستجدات التى تطرأ على بيئة العمل.

تصميم برامج التدريب أثناء الخدمة فى مجال الترويح المائى

أوضح محمد الحماحمى أنه عند تصميم برامج التدريب أثناء الخدمة فى مجال الرياضة والترويح ، يجب مراعاة أهم الإجراءات التالية:

- تحديد نوع البرامج التدريبية المطلوب تنفيذها

إذ يجب التأكيد على هل المقصود من تلك البرامج التدريبية هو برامج للتدريب فى بداية العمل أو الخدمة؟ أو برامج للتأهيل التربوى؟ أو البرامج التجديدية التى تهتم بالتدريب المتقدم؟ أو برامج للتدريب على المهارات والتدريب الفنى؟ أو برامج للتدريب للترقية إلى وظائف أعلى؟ أو البرامج للتدريب على السلامة؟ أو برامج للتدريب على أخلاقيات المهنة ؟

- تحديد مسمى البرنامج التدريبى

ويراعى فى ذلك أن يكون مُعبراً عن الهدف من إجرائه ومحتواه، فقد يكون ذلك مرتبطاً بالتدريب على الطرق الحديثة للإنقاذ، أو التدريب على استخدام وسائل الأمان والسلامة، أو التدريب على تشغيل المعدات الحديثة للترويح المائى، أو التدريب على أساليب الإشراف الحديثة فى الترويح المائى، أو التدريب على صيانة بعض المعدات أو الأجهزة الحديثة فى المجال.

- **تحديد الاحتياجات التدريبية**

وذلك يكون بغرض تحديد أهداف البرامج، ومن ثم يتم من خلالها تحديد أنواع المهارات أو المعرفة أو الاتجاهات أو أنماط السلوك المهنى التى يكون العاملين فى مجال الترويح المائى فى حاجة إليها، إذ تُعبر تلك الحاجات عن أنواع الإضافات أو التغيرات المطلوب إدخالها على السلوك الوظيفى لهؤلاء العاملين وعلى أسلوب أدائهم ، وذلك عن طريق التدريب.

- **تحديد احتياجات البرنامج التدريبى من الإمكانات والتجهيزات**

وهى الاحتياجات التى سوف يكون البرنامج فى حاجة إليها فى تنفيذه وذلك كالعديد من المعدات أو الأجهزة أو الأدوات أو الوسائل التعليمية أو التدريبية أو التجهيزات الضرورية لتنفيذ البرنامج التدريبى، وذلك إلى جانب توافر المنشآت أو المرافق التى سوف يتم استخدامها فى هذا الشأن.

- **تحديد محتوى البرنامج**

يجب ارتباط موضوعات التدريب باحتياجات وأهداف البرنامج، كما يجب أن يشمل المحتوى على المعلومات المختارة التى ترتبط بالعملية التدريبية والتى تتضمن النظريات والبحوث العلمية، والتجارب العملية، والاتجاهات، وكل ما هو مرتبط بالتجديدات والمستحدثات التربوية والتعليمية والتدريبية فى مجال الترويح المائى.

ولذا يفضل أن يُعهد إلى خبراء متخصصين فى مجال تصميم البرامج التدريبية مهمة إعداد المادة التدريبية التى تتضمن المعلومات أو المفاهيم أو الحقائق أو المهارات أو النماذج التعليمية التى ترتبط بالموضوعات التى يتم التدريب عليها أو التى يتم تقديمها من خلال البرنامج.

كما يفضل تحديد التتابع Sequence للموضوعات فى البرنامج التدريبى حتى يتم تحقيق التكامل فيما بينها، بمعنى أن تكون مكملة لما يتم تقديمه فى وحدات تدريبية سابقة، أو ممهدة لما سوف يتم التدريب عليه فى الوحدات التالية.

وفيما يرتبط بالموضوعات التى يجب أن يتضمنها محتوى برامج الترويح المائى للتدريب أثناء الخدمة فى مجال الإنقاذ، فإنه يجب أن يشمل المحتوى على الموضوعات التالية:

- مقدمة عن الإنقاذ وأهميته.
- الأسباب المؤدية للغرق فى العديد من مناشط الترويح المائى.
- أهم الإرشادات والتعليمات المرتبطة بالأمان والسلامة والوقاية من مخاطر الغرق.
- علامات الأسفكسيا الناتجة عن انخفاض معدل التنفس لدى الغريق الذى يؤدى إلى نقص الأكسجين وزيادة ثانى أكسيد الكربون فى الدم، ومع ازدياد هذه النسبة يصل ثانى أكسيد الكربون لمركز التنفس فى المخ حتى يتوقف عن أداء وظيفته ، مما يستدعى إجراء تنفس صناعى للغريق.
- أهم الإجراءات أو الاعتبارات التى يجب مراعاتها فى القيام بعمل تنفس صناعى للغريق، وذلك يتطلب المعرفة بما يلى:
  - وضع المصاب.
  - اختيار الأسلوب الذى سوف يتم اتباعه فى التنفس الصناعى - يدوياً أو غير ذلك.
  - ما يجب مراعاته فى عمل تنفس صناعى للأطفال.

- الوسائل التى يجب أن يتبعها المنقذ نحو الغريق وذلك كالاتصال به بواسطة أطراف الجسم أو باستخدام الحبل أو بعض الأشياء الطافية على سطح الماء أو الخوض فى المياه الضحلة أو استخدام قارب أو السباحة، وذلك للوصول إلى الغريق والعمل على إنقاذه.

- الأدوات المستخدمة فى عمليات الإنقاذ وفقاً لطبيعة الموقف وكيفية استخدامها.

- التطبيق العملى على إتقان أداء المهارات التالية:

- الاقتراب من الغريق مع مراعاة كيفية الاقتراب من غريق متهيج عصبياً أو هادئ - سلبى - حتى يمكن التعامل المناسب معه.
- الدخول فى الماء لإنقاذ الغريق والصعود من أسفل.
- التخلص من طرق مسك الغريق بالمنقذ والتعلق به وذلك باستخدام العديد من طرق التخلص المناسبة لنوع المسك.
- سحب الغريق خارج الماء وفقاً للطرق المستخدمة فى ذلك.
- أداء التنفس الصناعى من فم المنقذ إلى فم الغريق أو أنفه.
- عملية إحياء الغريق المتعرض لتوقف ضربات القلب Cardio Pulmonory Resusitation.

وفيما يرتبط بالموضوعات التى يجب أن يتضمنها محتوى برنامج للتدريب أثناء الخدمة أعد للتدريب على الغوص للترويح بغرض البحث عن أشياء فى القاع البحرى وانتشالها ، فإنه يمكن تحديد الموضوعات التالية:

- مقدمة عن الغوص بغرض البحث والانتشال والأهمية الترويحية لذلك.

- أنواع البحث والانتشال.

- تحديد بيئة البحث والانتشال.
- المخاطر المحتملة أثناء البحث والانتشال والمرتبطة بالرؤية المتدنية أو التيارات المائية أو مرور القوارب بالقرب من موقع الغوص، انخفاض ضغط الهواء أو نفاده.
- طرق البحث وفقاً لطبيعة قاع البحر أو حجم الشئ المفقود، فقد يكون البحث بطريق الدائرة المتسعة أو بطريقة حرف (اليو) U.
- الإجراءات التى يتم اتخاذها فى عملية الانتشال.

• تطبيقات عملية على البحث والانتشال وفقاً لما تم تدريسه من موضوعات.

وبوجه عام فإن المعلومات أو المادة التدريبية التى تشملها برامج تدريب العاملين فى مجال الترويح المائى تختلف باختلاف المتدربين ومستوياتهم واحتياجاتهم التدريبية وكذلك باختلاف طبيعة أو نوعية البرنامج التدريبى.

- تحديد واختيار المدربين أو الخبراء

وهم الذين سوف يقومون بعملية تدريب العاملين فى مجال الترويح المائى ونقل كل ما هو حديث من الخبرات والتجديدات والاتجاهات فى المجال، ولذا يجب مراعاة الأسس الهامة التالية فى اختيارهم، وهى:

- المؤهلات العلمية والخبرات العملية لهؤلاء المدربين، وكذلك التخصص فى موضوع التدريب.
- الإلمام بمعطيات التطورّ العلمى فى المجال وبالدراسات والتجارب العلمية فى مجال التخصص، وكذلك الاهتمام بموضوع التدريب.

- القدرة على استخدام التقنيات الحديثة والوسائل التعليمية والطرق الحديثة فى التدريب، وذلك كاستخدام ما يلى:
  - تفريد التعليم.
  - أشرطة الفيديو التعليمية للعرض كوسيلة للتغذية المرتدة Feed Back للعملية التعليمية.
  - التطبيقات العملية Practical Works .
  - ورش العمل Work Shop .
- القدرة على تحقيق ما يلى:
  - التفاعل مع المتدربين والاهتمام بإقامة علاقات إنسانية معهم.
  - نقل المعلومات وتنمية القدرات والمهارات التدريبية للمتدربين.
  - الاستخدام الجيد للمهارات الاتصالية ولمهارات عرض محتوى مادة أو موضوع التدريب.
  - الإقناع والتأثير الإيجابى فى اتجاهات وسلوك المتدربين.
  - تحليل المشكلات وإيجاد البدائل المناسبة لحلها فى ضوء الواقع التطبيقى فى المجال.
  - مواجهة المواقف غير المتوقعة أثناء أداء المتدربين للتطبيقات العملية.
  - توظيف الوقت المتاح للإعداد للجلسة التدريبية وإدارتها بشكل جيد.
  - تقويم نتائج عملية التدريب والاستفادة منها فى تطوير برامج التدريب أثناء الخدمة.

- تحديد مدة وتاريخ ومكان تنفيذ البرنامج

إذ يجب إعداد جدول زمنى للبرنامج التدريبى يتضمن الأيام التى سوف يستغرقها التدريب وعدد الساعات التدريبية وتوقيت بدء وانتهاء التدريب يومياً، كما يجب تقرير مكان التدريب الذى يجب أن يتناسب مع مسمى البرنامج التدريبى. **وبوجه عام فإن مدة البرنامج التدريبى تختلف باختلاف كل من :**

- الهدف من البرنامج.
- كم المادة التدريبية.
- طبيعة المتدربين ومستوى تأهيلهم العلمى وخبراتهم العلمية.

- تقويم البرنامج التدريبى

وذلك يتطلب تحديد مستويات الآداء التى يحققها البرنامج وطرق قياسها وتحديد وسائل القياس والتقويم التى سوف يتم استخدامها فى بداية التطبيق وأثنائه وبعد الانتهاء من تنفيذه حتى يمكن الحكم على مدى فاعلية البرنامج فى تحقيق أهدافه. كما يجب تحديد أساليب متابعة المتدربين بعد الانتهاء من مشاركتهم فى فعاليات البرنامج، وذلك لتقرير ما تم الاستفادة منه فى تطبيق ما تعلموه وتدربوا عليه.

وفى دراسة علمية قام بها كل من محمد الحماحمى وسهير المهندس اهتمت بتحليل برامج التدريب أثناء الخدمة فى مجال الشباب والرياضة (١٩٩٩) باستخدام بطاقة تقويم برامج التدريب أثناء الخدمة من إعداد محمد الحماحمى ، أجريت على (١٤٠) متدرباً منهم (٧١) من العاملين بإدارة مدريات الشباب والرياضة و(٦٩) من الأخصائيين العاملين بإدارة النشاط بهذه المديريات من المشاركين فى برامج التدريب أثناء الخدمة التى ينظمها قطاع إعداد القادة بالمجلس الأعلى للشباب والرياضة بجمهورية مصر العربية خلال عامى (١٩٩٧، ١٩٩٨) ، تم اختيارهم بالطريقة العمدية ، ولقد دلت النتائج على أهم ما يلى:

- أهم الاحتياجات التدريبية للمشاركين فى برامج التدريب أثناء الخدمة هى: تطوير المهارات، تنمية المعلومات، التعرف على المستحدث فى المجال.

- أهم أنواع الاستفادة العائدة على المتدربين من مشاركتهم فى هذه البرامج هى: تحسين العلاقات بزملاء العمل، الرضا عن العمل، زيادة حصيلة المعلومات المرتبطة بالعمل.

- أهم الأسباب التى تحد من استفادة المتدربين من هذه البرامج هى: عدم اهتمام البرنامج بالجانب التطبيقى، معالجة المدربين للموضوعات المقدمة بطريق أكاديمية بعيدة عن الواقع العملى، كثرة المهارات المقدمة وعدم تناسبها مع وقت التدريب عليها.

- أهم وسائل التدريب المستخدمة من قبل المدربين فى عرض الموضوعات على المتدربين هى: المحاضرة، حلقات النقاش، السبورة.

- أهم أساليب التقويم التى يتم استخدامها من قبل المسئولين عن البرامج التدريبية بقطاع إعداد القادة بالمجلس الأعلى للشباب والرياضة بجمهورية مصر العربية لتقدير استفادة المتدربين من هذه البرامج هى: عدد ساعات حضور المتدربين للدورة التدريبية ، مشروع عمل يرتبط بموضوعات البرنامج يشارك المتدربين فى تقديمه، منح تقديرات للمتدربين على مناقشتهم مع المدربين حول الموضوعات التى يشتمل عليها البرنامج.

- آراء المتدربين فى بعض المتغيرات المرتبطة بهذه البرامج التدريبية دلت على: مناسبة توقيت بداية البرنامج للمتدربين، وجود تفاعل بين الدارسين والمدربين حول موضوعات البرنامج، وضوح أهداف البرنامج للمتدربين.

ووفقاً لنتائج الدراسة فإن الباحثين قد تقدما بالتوصيات والمرئيات التالية لتفعيل برامج التدريب أثناء الخدمة فى مجال الشباب والرياضة ، وهى:

- ضرورة الاهتمام عند تحديد الاحتياجات التدريبية لبرامج التدريب أثناء الخدمة بالتأكيد على تحليل العمل Task Analysis بغرض تحديد الواجبات والمهارات والقدرات والمعلومات المطلوبة لأداء العمل وتحديـــد المستويات المقبولـــة للأداء والظروف المرتبطة بالوظيفة . وكذلك التأكيد على تحليل الفـــرد Man Analysis بغرض قياس أدائه فى الوظيفة التى يشغلها وتحديد مدى نجاحه فى أدائها وتحديد طبيعة ومستوى المهارات والمعلومات والاتجاهـــات التى يجب أن يتميز بها هذا الفرد لأداء وظيفته الحاليـــة أو لأداء وظيفة أخـــرى جديدة أو مستقبلية ، وذلك إلى جانب التأكيد على تحليل التنظيم Organization Analysis .
- ضرورة الاهتمام بتطبيق نموذج تحليل المشكلة Problem Analysis Model من أجل تقدير الفرق بين ما هو كائن وما يجب أن يكون، ونموذج الكفاءة Competency Model الذى يحدد مجموعة القدرات والكفاءات وما يجب تعلمه أو التدريب عليه لتحقيق معايير هذا النموذج، وذلك لتحديد الاحتياجات التدريبية وفقاً للأسس العلمية.
- اهتمام برامج التدريب أثناء الخدمة فى ضوء تحديد الاحتياجات بتزويد المتدربين من القادة العاملين بمجال الشباب والرياضة بالعديد من أنواع المعرفة والمهارات والاتجاهات السلوكية المترجمة لهذه الاحتياجات التدريبية.
- الاهتمام بالعديد من الموضوعات والتطبيقات التى تؤدى إلى زيادة إنتاج هؤلاء العاملين وتقليل الفاقد فى ساعات عملهم.
- مراعاة أن تكون المهارات المقدمة من البرنامج مناسبة للفترة المقررة من التدريب وكذلك مراعاة أن يكون الوقت المخصص مناسباً لتعلم هذه المهارات وإتقانها.

- مراعاة أن يكون المدربين (المحاضرين) من ذوى التخصص فى الموضوعات المقدمة من برنامج التدريب ولهم خبرتهم النظرية والعملية وملمين بكل ماهو حديث فى المجال. ومن ذوى القدرة أو الكفاءة فى توظيف الوقت المتاح لديهم للإعداد للجلسة التدريبية وإدارتها بشكل جيد يحقق الأهداف المرجوة.

- الاهتمام بتحديد وتوفير المصادر العلمية (المراجع) فى بداية فترة التدريب.

- التأكيد على ضرورة التنويع فى أساليب التدريب والعمل على توفيرها حتى يمكن للمتدربين من تحقيق الاستفادة من البرنامج، مع التركيز على أساليب التدريب العملية والذاتية.

- ضرورة أن تحرص الإدارة المسئولة عن تنفيذ ومتابعة البرنامج على حل المشكلات التى تواجه المتدربين فى أثناء فترة تدريبهم.

- الاهتمام من قبل الإدارة عند تقويم البرامج التدريبية مراعاة ردود فعل المتدربين تجاه مخرجات البرنامج ودرجة رضاهم عنه، وتقارير الشكاوى الواردة للإدارة من المتدربين ، وتقويم المشرفين على التدريب لمستوى درجة أداء المتدربين فى اختباراتهم العملية أو النظرية، وذلك حتى يكون التقويم متمشياً مع المعايير العلمية لتحقيق الفائدة المرجوة ، مما يسهم فى تطوير برامج التدريب أثناء الخدمة للقادة العاملين فى مجال الشباب والرياضة.

وفى الدراسة التى قام بها كل من محمد الحماحمى وعبدالقادر البابطين عن بعض المتغيرات المرتبطة ببرامج التدريب أثناء الخدمة المقدمة من معهد إعداد القادة بالرئاسة العامة لرعاية الشباب بالمملكة العربية السعودية (١٩٩٩) باستخدام بطاقة «تقويم برامج التدريب أثناء الخدمة» من إعداد محمد الحماحمى، أجريت على عينة مكونة من (١٦٦) من الملتحقين ببرامج التدريب التى تنظمها إدارة البرامج

التدريبية بمعهد إعداد القادة بالرياض خلال عامي (١٤١٩هـ، ١٤٢٠هـ) تم اختيارهم عمدياً من (١٢) دورة أعدت لصقل هؤلاء المتدربين ، أشارت النتائج إلى أهم ما يلي:

- أهم الاحتياجات التدريبية للمشاركين في التدريب أثناء الخدمة هي: تطوير المهارات، تحسين مستوى الأداء في العمل، التعرف على المستحدث في المجال.
- أهم أنواع الاستفادة العائدة على المتدربين من مشاركتهم في هذه البرامج هي: زيادة حصيلة المعلومات المرتبطة بالعمل، زيادة القدرة على الابتكار في مجال العمل، تنمية المهارات التي تتطلبها طبيعة العمل.
- أهم الأسباب التي تحد من استفادة المتدربين من هذه البرامج هي: عدم الاهتمام بالجانب التطبيقي، كثرة البرامج المقدمة وعدم تناسبها مع وقت التدريب عليها، عدم مناسبة مواعيد التدريب لظروف العمل.
- أهم وسائل التدريب التي يتم استخدامها من قبل المدربين في عرض الموضوعات على المتدربين هي: المحاضرة، السبورة، حلقات النقاش.
- أهم أساليب التقويم التي يتم استخدامها من قبل المسئولين في البرامج التدريبية بمعهد إعداد القادة بالرياض لتقدير استفادة المتدربين من هذا البرنامج هي: الاختبارات التحريرية التي يؤديها المتدربون في نهاية فترة البرنامج، عدد ساعات حضورهم في الدورة التدريبية.
- آراء المتدربين في بعض المتغيرات المرتبطة بهذه البرامج التدريبية أشارت إلى أن الإدارة لا تهتم بحل المشكلات التي كانت تواجههم في أثناء مشاركتهم في البرنامج، عدم مناسبة أساليب التدريب لعرض موضوعات برنامج التدريب، عدم تحديد أو توفير المصادر العلمية (المراجع) قبل بداية البرنامج بوقت كاف.

- وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥) فى الاستفادة من برنامج التدريب أثناء الخدمة بين كل من المتدربين الحاصلين وغير الحاصلين على مؤهل جامعى لصالح غير الحاصلين على ذلك المؤهل، والمتفرغين كلياً عن العمل وغير المتفرغين كلياً لصالح المتفرغين كلياً.

- وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥) فى أسباب عدم الاستفادة من برنامج التدريب أثناء الخدمة بين المتدربين الذين سبق لهم المشاركة فى برامج تدريبية والذين يشاركون لأول مرة لصالح الذين يشاركون لأول مرة فى هذه البرامج.

- آراء المتدربين فى بعض المتغيرات المرتبطة بهذه البرامج التدريبية دلت على: مناسبة توقيت بداية البرنامج للمتدربين، وجود تفاعل بين الدارسين والمدربين حول موضوعات البرنامج، وضوح أهداف البرنامج للمتدربين.

من خلال نتائج الدراسة تقدم الباحثين بالتوصيات والمرئيات التالية لتفعيل برامج التدريب أثناء الخدمة فى مجال إعداد القادة ، وهى:

- الاهتمام ببرامج التدريب أثناء الخدمة للترقى الوظيفى وبرامج إعادة التدريب Retraining وذلك بغرض الإعداد للقيام بمهام وظيفة مستقبلية وفق مخطط علمى للاحتياجات التدريبية حتى يمكن مواكبة التغير الذى يطرأ على أساليب العمل وبيئة العمل، وكذلك التزود بالمعرفة والمهارات والاتجاهات الحديثة التى تتطلبها المهام والمسئوليات الجديدة الموكولة للعاملين للقيام بها، والاستجابة لمشاكل الأداء فى العمل من خلال السعى إلى تصحيح النقص فى الكفاءات المتاحة لمواجهة العمليات والمتغيرات الطارئة والمستقبلية فى العمل الوظيفى الجديد.

- الاهتمام بالعديد من الموضوعات والتطبيقات العملية التى تؤدى إلى التفكير الابتكارى والقدرة على صنع واتخاذ القرار وإتاحة الفرص لتطبيق أنواع المعرفة والمهارات من خلال المواقف والتطبيقات العملية، وكذلك إتاحة

الفرص للمدرب لملاحظة وتقدير أداء كل متدرب وتحديد مدى تقدمه فى عملية التدريب، وذلك من خلال : الأداء المستقل الذى يتم أثناء عمل المتدربين بشكل فردى وفقاً لمعدل التعلم الخاص بكل منهم، الأداء الجماعى الذى يعمل من خلاله المتدربون بشكل جماعى وفقاً للتسلسل الرقمى لخطوات الأداء التى يتم تحديدها من قبل المدرب، قيام المتدرب بدور المدرب عن طريق تقسيم المتدربين إلى مجموعات يتكوّن كل منها من فردين ويُطلب من كل منهما القيام بأداء دور المدرب والمتدرب بشكل تبادلى بغرض التدريب على ما تعلموه ، الأداء فى شكل فريق من خلال قيام جماعة من المتدربين بالتعاون لأداء عمل يتطلب فريق عمل Team Work .

- التأكيد على ضرورة التنويع فى أساليب التدريب والعمل على توفيرها مع مراعاة ارتباط ذلك بأهداف البرنامج التدريبى ومحتواه وبخبرة المدربين واحتياجات المتدربين وبالوقت المخصص لتقديم موضوع التدريب.
- مراعاة أن تكون الموضوعات المقدمة من البرنامج متناسبة مع الوقت المقرر لتعليمها أو التدريب عليها ، وتوفير المدربين (المحاضرين) الذين يعالجون الموضوعات بطريقة تتفق مع الواقع العملى.
- الاهتمام من قبل إدارة البرامج التدريبية بمعهد إعداد القادة بالرياض بمراعاة ردود فعل المتدربين تجاه مخرجات برامج التدريب أثناء الخدمة ودرجة رضاهم عنها.
- التأكيد على ضرورة حرص الإدارة المسئولة عن تنفيذ ومتابعة البرنامج على العمل لتذليل وحل المشكلات التى تواجه المتدربين خلال فترة تدريبهم.

وبطاقة تقويم برامج التدريب أثناء الخدمة التى قام محمد الحماحمى بتصميمها تشتمل على (٦) أبعاد ، هى:

- البعد الأول : دوافع التحاق المتدربين ببرنامج التدريب ويتكوّن من (١٨) مفردة.
- البعد الثانى : استفادة المتدربين من برنامج التدريب ويحتوى على (١٥) مفردة.
- البعد الثالث : الأسباب التى تحد من استفادة المتدربين من برنامج التدريب ويتضمن (٢٧) مفردة.
- البعد الرابع : وسائل التدريب المستخدمة فى البرنامج ويشتمل على (١٥) مفردة.
- البعد الخامس : أساليب التقويم المستخدمة لتقدير مخرجات برنامج التدريب ويتكوّن من (١٢) مفردة.
- البعد السادس : آراء المتدربين نحو بعض متغيرات برنامج التدريب ويحتوى على (١٣) مفردة .

وفيما يلى توضيحاً لهذه البطاقة التقويمية وفقاً للأبعاد التى تتضمنها وما تحتوى عليه من إرشادات للإجابة وبيانات أولية عن المتدربين أو الملتحقين ببرنامج التدريب أثناء الخدمة.

بطاقة تقويم
برامج التدريب أثناء الخدمة

إعداد : أ.د. محمد الحماحمى

إرشادات للإجابة

الزميل العزيز برجاء اتباع الإرشادات التالية قبل وأثناء الإجابة عن التساؤلات التى تشتمل عليها هذه البطاقة التقويمية ، وهى:

- برجاء قراءة مفردات بطاقة تقويم برامج التدريب أثناء الخدمة وذلك قبل الشروع فى الإجابة عليها.
- برجاء استيفاء البيانات الأولية المرتبطة ببعض المتغيرات التى تفيد فى عملية التقويم.
- برجاء اتباع التعليمات المرتبطة بكل بعد من أبعاد تلك القائمة والبالغ عددها ستة أبعاد.
- برجاء بعد الانتهاء من الإجابة على مفردات تلك البطاقة التقويمية التأكد من عدم إغفال الإجابة على أية مفردة.

البيانات الأولية

- الاسم (اختيارى) :
- الوظيفة : .... جهة العمل: ....
- مدة الخدمة من بدء التعيين : ....
- مدة الخدمة فى الوظيفة الحالية : ....
- المؤهل الدراسى الحاصل عليه : ....
- مسمى الدورة التى تشارك فيها حاليا: ....
- هل شاركت من قبل فى برامج التدريب أثناء الخدمة ؟ **نعم** **لا**
- فى حالة الإجابة بـ **(نعم)** أذكر عدد مرات المشاركة : ....
- هل أنت متفرغ للدراسة : **نعم** **لا**

أولا : برجاء وضع علامة (√) فى مقابل كل مفردة ترى أنها تمثل أحد دوافعك للالتحاق ببرنامج التدريب أثناء الخدمة وفقاً للاستجابة (ميزان التقدير) التى تتفق ورأيك :

م	دوافع الالتحاق بالبرنامج	نعم	إلى حد ما	لا
١	تطوير مهاراتى التى تتطلبها طبيعة عملى			
٢	تنمية معلوماتى التى تتطلبها وظيفتى الحالية			
٣	تنمية اتجاهاتى السلوكية نحو العمل			
٤	معالجة بعض أوجه القصور فى أدائى العمل			
٥	التغلب على الكثير من المشكلات التى تواجهنى فى العمل			
٦	التعرف على المستحدث فى مجال عملى			
٧	التدريب على بعض الأجهزة الحديثة التى يتطلبها العمل			
٨	التكيف مع نظام أو برامج العمل الحديثة			
٩	مواجهة التغيرات التى تطرأ على أساليب العمل			
١٠	تحسين مستوى أدائى فى العمل			
١١	الحصول على ترقية فى مجال العمل			
١٢	الحصول على علاوة إضافية فى الراتب			
١٣	التمتع بمزايا أثناء مدة التدريب			
١٤	تحديث معلوماتى للانتقال إلى وظيفة جديدة			
١٥	التزود بمهارات جديدة تتطلبها وظيفتى الجديدة			
١٦	التأقلم مع نظام العمل			
١٧	عدم إجبارى من قبل الإدارة على ترك العمل لعدم مشاركتى من قبل فى برامج التدريب أثناء الخدمة			
١٨	الابتعاد عن جو العمل الروتينى طوال مدة المشاركة فى برنامج التدريب أثناء الخدمة			

ثانياً : برجاء تحديد نوع استفادتك بوضع علامة (✓) فى مقابل كل مفردة ترى أنها تمثل إحدى استفاداتك من التحاقك ببرنامج التدريب أثناء الخدمة وفقاً للاستجابة (ميزان التقدير) التى تتفق ورأيك :

م	الاستفادة من البرنامج	نعم	إلى حد ما	لا
١	زادت معلوماتى فى مجال عملى			
٢	نمت مهاراتى التى تتطلبها طبيعة العمل			
٣	أصبحت قادراً على حل المشكلات التى تواجهنى فى العمل			
٤	تم معالجة أوجه القصور التى كنت أعانى منها فى عملى			
٥	أصبحت قادراً على مواجهة التغيرات الحديثة فى العمل			
٦	زادت معرفتى بتشغيل الأجهزة الحديثة التى يتطلبها عملى			
٧	حدث تحسن واضح فى أدائى للعمل			
٨	قل الفاقد فى ساعات عملى			
٩	التحقت بوظيفة جديدة			
١٠	تمت ترقيتى إلى الوظيفة الأعلى			
١١	زاد إنتاجى فى العمل			
١٢	تحسنت علاقتى بزملائى فى العمل			
١٣	زادت قدرتى على صنع القرار			
١٤	زادت قدرتى على الابتكار فى مجال عملى			
١٥	تحقق لى الرضا عن العمل			

ثالثاً : برجاء تحديد الأسباب التى حدت من استفادتك من برنامج التدريب أثناء الخدمة ، وذلك بوضع علامة (√) فى مقابل كل مفردة ترى أنها تمثل تحدياً لعدم استفادتك من البرنامج وفقاً للاستجابة (ميزان التقدير) التى تتفق ورأيك.

م	أسباب الحد من الاستفادة من البرنامج	نعم	إلى حد ما	لا
١	محتوى البرنامج لا يناسب مهام عملى			
٢	المعلومات التى يقدمها البرنامج ليست حديثة			
٣	عدم اهتمام البرنامج بالجانب التطبيقى			
٤	مستوى المهارات متقدم جداً ويفوق قدراتى على التعلم			
٥	عدم مناسبة محتوى البرنامج لاحتياجات الدارسين			
٦	المهارات المقدمة من البرنامج كثيرة ولا تتناسب مع وقت التدريب عليها			
٧	عدم مناسبة مواعيد التدريب لظروف العمل			
٨	المحاضرون (المدربون) يعالجون الموضوعات بطرق أكاديمية بعيدة عن الواقع العملى			
٩	عدم قدرة المحاضرين على توصيل المعلومات إلى الدارسين			
١٠	عدم اهتمام المتدربين بتحفيز الدارسين للمشاركة بفعالية فى موضوعات التدريب			
١١	عدم التخصص الدقيق للمدربين فى الموضوعات التى يقدمونها			
١٢	اعتماد المدربين على وسيلة واحدة فى عرض موضوعات أو محتويات البرنامج			

تابع ثالثاً : تحديد الأسباب التى حدت من استفادتك من برنامج التدريب أثناء الخدمة.

م	أسباب الحد من الاستفادة من البرنامج	نعم	إلى حد ما	لا
١٣	عدم التزامى بالحضور فى البرنامج			
١٤	ليس لدى الرغبة فى النمو مهنياً			
١٥	لم أحرص بجدية على الاستفادة من البرنامج			
١٦	لم أتمكن من التجاوب مع أحداث برنامج التدريب			
١٧	لم يكن لدى الرغبة فى الالتحاق ببرنامج التدريب			
١٨	الاقتناع بأننى لست فى حاجة إلى المشاركة فى برامج التدريب			
١٩	ليس لدى تطلع للتعرف على كل ما هو مستحدث أو متطور فى مجال عملى			
٢٠	الوسائل التعليمية غير متوافرة			
٢١	الخدمات غير كافية			
٢٢	التأثيث والتجهيزات غير مناسبة			
٢٣	المقاعد غير مريحة			
٢٤	الإضاءة غير كافية			
٢٥	التهوية غير جيدة			
٢٦	الضوضاء مزعجة			
٢٧	المكان غير مناسب			

رابعاً : برجاء تحديد وسائل التدريب التى كان يعتمد عليها المحاضرون فى عرض موضوعات البرنامج، وذلك بوضع علامة (✓) فى مقابل كل وسيلة كان يتم استخدامها وفقاً للاستجابة (ميزان التقدير) التى تتفق ورأيك.

م	وسائل التدريب	نعم	إلى حد ما	لا
١	المحاضرة			
٢	حلقات النقاش			
٣	السبورة			
٤	التسجيل الصوتى			
٥	الأفلام السينمائية			
٦	عرض الفيديو			
٧	الشفافيات			
٨	الشرائح الفيلمية (Slides)			
٩	النماذج أو التطبيقات العملية			
١٠	الزيارات الميدانية			
١١	تمثيل الأدوار			
١٢	عرض الأبحاث والدراسات العلمية المدعمة لموضوعات التدريب			
١٣	عرض الإحصائيات المرتبطة بموضوعات التدريب			
١٤	عرض الرسومات والصور الموضحة لموضوعات التدريب			
١٥	عرض الأشكال البيانية لنتائج التجارب أو الدراسات التى تناولت موضوعات التدريب			

خامساً : **برجاء تحديد أساليب التقويم التى كانت تعتمد عليها الإدارة فى تقدير الدارسين ، وذلك من خلال وضع علامة (✓) مقابل كل من تلك الأساليب التى ترى أنه كان يتم استخدامها وفقاً لاستجابة (نعم/ لا) وبما يتفق ورأيك.**

م	أساليب التقويم	نعم	لا
١	عقد اختبار تحريرى فى نهاية فترة برنامج التدريب		
٢	اجراء اختبار شفوى فى نهاية فترة البرنامج		
٣	عقد اختبار تحريرى وآخر شفوى فى نهاية فترة البرنامج		
٤	إعطاء درجة أو تقدير للأوراق الدراسية المقدمة من المتدربين		
٥	منح تقديرات على مناقشة الدارسين مع المدربين حول موضوعات البرنامج		
٦	تقويم مشروعات عمل ترتبط بموضوعات البرنامج يشارك المتدربون فى تقديمه		
٧	إجراء اختبار عملى فى نهاية فترة البرنامج		
٨	عقد اختبار عملى وآخر تحريرى فى نهاية فترة البرنامج		
٩	عقد اختبار عملى وآخر شفوى فى نهاية فترة البرنامج		
١٠	عقد اختبارات عملية وتحريرية وشفوية فى نهاية فترة التدريب		
١١	يتم التقويم وفقاً لساعات الحضور التى يحرص المتدرب عليها للانتظام فى البرنامج		
١٢	لا يوجد تقويم لمخرجات (نتائج) البرنامج		

سادساً : برجاء الإجابة عن التساؤلات التالية من خلال وضع علامة (√) فى مقابل كل تساؤل وبما يتفق واستجابتك وفقاً لميزان التقدير.

م	التساؤلات	نعم	إلى حد ما	لا
١	هل حقق البرنامج توقعاتك منه ؟			
٢	هل أهداف البرنامج كانت واضحة للمتدربين ؟			
٣	هل توقيت بداية برنامج التدريب كان مناسباً؟			
٤	هل كان يتم تحديد أو توفير المصادر العلمية (المراجع) قبل بداية البرنامج بوقت كاف؟			
٥	هل مستوى الدراسة كان مناسباً لمستوى خبراتك السابقة؟			
٦	هل كان يوجد تكامل بين موضوعات البرنامج؟			
٧	هل توزيع الساعات التدريبية على أيام البرنامج كان مناسباً			
٨	هل كانت أساليب التدريب مناسبة لموضوعات البرنامج			
٩	هل كان هناك تفاعل بين الدارسين والمحاضرين المشاركين في برنامج التدريب؟			
١٠	هل كانت ووسائل التقويم مناسبة للحكم على مدى استفادة الدارسين من برنامج التدريب؟			
١١	هل كانت الإدارة مهتمة بحل المشاكل التى تواجه المتدربين فى أثناء مشاركتهم فى البرنامج؟			
١٢	هل مدة البرنامج كانت كافية لتحقيق الاستفادة الكاملة منه			
١٣	هل ترحب مرة أخرى بالاشتراك فى برنامج التدريب أثناء الخدمة؟			

قائمة المراجع العلمية

١ - **إبراهيم عبدالمقصود** : السياحة والرياضة . سلسلة الفكر العربى فى التربية البدنية والرياضة، العدد(٨) ، القاهرة ، دار الفكر العربى، ١٩٩٦م.

٢ - **أحمد الدمرداش التونى** : تاريخ الرياضة عند قدماء المصريين . القاهرة، اللجنة الأولمبية المصرية ، ١٩٨٣م.

٣ - **أحمد فخرى** : مصر الفرعونية . الطبعة السابعة ، القاهرة، الأنجلو المصرية،١٩٩١م.

٤ - **اريك دايفز ، باى دايفز** : التسويق الناجح . ترجمة مركز التعريب والبرمجة، بيروت ، الدار العربية للعلوم ، ١٩٩٧م.

٥ - **تهانى حسين خورشيد** : التنمية السياحية فى محافظة البحر الأحمر بالتطبيق على إحدى مناطق الساحل الغربى . رسالة ماجستير غير منشورة ، مكتبة كلية السياحة والفنادق بجامعة حلوان ، القاهرة ، ١٩٩٣م.

٦ - **تهانى عبدالسلام** : الترويح والتربية الترويحية . القاهرة ، دار الفكر العربى، ٢٠٠١.

٧ - **جليلة حسين** : الطلب السياحى الدولى والتنمية السياحية فى مصر. الاسكندرية ، دار المعارف ، ١٩٩٤م.

٨ - **جمال عبدالحميد على** : سياسات إدارة الموارد البشرية . القاهرة ، دار النهضة العربية ، ١٩٩٨م.

٩ - **حسن الشافعى** : التخطيط للقوى العاملة : الموارد البشرية فى المؤسسات الرياضية . الإسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ٢٠٠٣م.

١٠- **رفاعى محمد رفاعى** : إدارة الأفراد . القاهرة ، الأهرام ، ١٩٩٣م.

١١- **سحر إبراهيم القاضى** : دور القرى السياحية الترفيهية الوافدة إلى مصر ، دراسة تحليلية بالتطبيق على منطقة الغردقة . رسالة ماجستير غير منشورة ، مكتبة كلية السياحة والفنادق بجامعة حلوان ، القاهرة ، ١٩٩٤م.

١٢- **سعاد عمران منصور** : جغرافية السياحة والترويح . القاهرة، جامعة القاهرة، مركز الكتاب الجامعى، ١٩٩٤م.

١٣- **شوقى حسين** : التسويق فى السياحة والفنادق . القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٩٣م.

١٤- ———— : التمويل والإدارة المالية . القاهرة ، دار النهضة العربية ، ١٩٨٠م.

١٥- **صابر حسن عمر** : تقويم أنشطة الترويح المائى بالمشروعات السياحية فى مصر- رسالة ماجستير غير منشورة ، مكتبة كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان ، القاهرة ، ٢٠٠٢م.

١٦- **صالح عبدالله** : تقويم أنشطة الترويح المائى بالمشروعات السياحية فى دولة الكويت . رسالة ماجستير غير منشورة ، مكتبة كلية التربية الرياضية بجامعة الزقازيق ، ١٩٩٠م.

١٧- **صبرى عبدالسميع حسين** : نظرية السياحة . القاهرة ، مطابع الطوبجى التجارية، ١٩٩٢م.

١٨- **صبرى عبدالسميع حسين :** تقويم كفاءة أداء القطاع السياحى فى مصر. القاهرة، ١٩٨٦م.

١٩- **طريف شوقى :** السلوك القيادى وفاعلية الإدارة . القاهرة ، مكتبة غريب ، ١٩٩٣م.

٢٠- **عبدالحميد أحمد زايد :** المآثر الرياضية فى مصر القديمة ، عالم الفكر، المجلد العاشر، العدد الرابع ، يناير - فبراير - مارس ١٩٨٠م، مجلة تصدرها وزارة الإعلام بالكويت.

٢١- **عبدالرحمن توفيق :** كيف تصبح مدرباً فعالاً . القاهرة ، مركز الخبرات المهنية للإدارة ، ١٩٩٥م.

٢٢- ــــــــــ : العملية التدريبية . القاهرة ، مركز الخبرات المهنية للإدارة، ١٩٩٤م.

٢٣- ــــــــــ : الأصول والمبادئ العلمية . موسوعة التدريب والتنمية البشرية، القاهرة، مركز الخبرات المهنية للإدارة، ١٩٩٤م.

٢٤- **عبدالرحمن عمر :** إدارة الأفراد . القاهرة ، مكتبة عين شمس ، ١٩٨٧م.

٢٥- **عبدالعزيز صلاح سالم :** الرياضة عبر العصور تاريخها وآثارها . القاهرة، مركز الكتاب للنشر ، ١٩٩٨م.

٢٦- **عصام الهلالى :** الرياضة والنظم الاجتماعية . سلسلة الثقافة الرياضية، العدد(٩) ، البحرين، معهد البحرين الرياضى، ١٩٩٣م.

٢٧- **على السلمى :** السياسات الإدارية فى عصر المعلومات . القاهرة ، دار الغريب ، ١٩٩٥م.

٢٨- ــــــــــ : إدارة الموارد البشرية . القاهرة ، مكتبة غريب ، ١٩٩٢م.

٢٩- **فاطمة هانم على** : مكانة الرياضة من السياحة بجمهورية مصر العربية. رسالة ماجستير غير منشورة، مكتبة كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان، القاهرة ، ١٩٩٢م.

٣٠- **كمال درويش، أمين الخولى:** الترويح وأوقات الفراغ. الطبعة الثانية، القاهرة، دار الفكر العربى، ٢٠٠١م.

٣١- ——————— : تجارب الأمم فى تخطيط حملات الرياضة للجميع. سلسلة الفكر العربى فى التربية البدنية والرياضة، العدد (١٥) ، القاهرة ، دار الفكر العربى، ١٩٩٧م.

٣٢- **كمال درويش، محمد الحماحمى** : رؤية عصرية للترويح وأوقات الفراغ. القاهرة ، مركز الكتاب للنشر ، ١٩٩٧م.

٣٣- ——————— : الترويح الرياضى فى المجتمع المعاصر. مكة المكرمة ، مكتبة الطالب الجامعى ، ١٤٠٨هـ - ١٩٨٧م.

٣٤- **كمال درويش ، محمد الحماحمى ، سهير المهندس:** الإدارة الرياضية: الأسس والتطبيقات. القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٦م.

٣٥- **كوثر السعيد الموجى** : السياحة الرياضية فى جمهورية مصر العربية . المجلد الثانى للمؤتمر العلمى الأول « دور التربية الرياضية فى المجتمع المصرى المعاصر» الذى نظمته كلية التربية الرياضية للبنين بالاسكندرية بالتعاون مع المجلس الأعلى للجامعات فى الفترة من ١٨-٢٠ ديسمبر ١٩٨٦م .

٣٦- **مجلة بحرى العالمية** : مشكلات الغوص . كيف تتعامل معها؟. الكويت ، العدد العشرون ، مارس ٢٠٠٣م.

٣٧- ——————— :'منطقة حماية بيئية فرنسية فى البحر الأبيض المتوسط. الكويت، العدد الثانى والعشرين، مايو ٢٠٠٣م.

٣٨- **محمد الحماحمى** : التدريب أثناء الخدمة فى المجال التربوى ، التعليم ، التربية البدنية . القاهرة ، مركز الكتاب للنشر ، ١٩٩٩م.

٣٩- ———— : فلسفة اللعب. القاهرة ، مركز الكتاب للنشر، ١٩٩٩م.

٤٠- ———— : تطور الفكر التربوى فى مجال التربية البدنية . القاهرة ، مركز الكتاب للنشر ، ١٩٩٩م.

٤١- ———— : الرياضة للجميع . الفلسفة والتطبيق . القاهرة، مركز الكتاب للنشر ، ١٩٩٧م.

٤٢- ———— : الرياضة للجميع فى ضوء الفكر الأولمبى . المجلد الثانى للمؤتمر العلمى «الرياضة والمبادئ الأولمبية ، التراكمات والتحديات» الذى نظمته كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان خلال الفترة من ٢٨-٣٠ ديسمبر ١٩٩٤م.

٤٣- **محمد الحماحمى وآخرون** : تحديات ممارسة الرياضة للجميع . المجلد الثانى للمؤتمر العلمى الدولى ، الرياضة والعولمة الذى نظمته كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان فى الفترة من ٥-٦ إبريل ٢٠٠١م.

٤٤- **محمد الحماحمى ، أمين الخولى** : أسس بناء برامج التربية الرياضية. القاهرة، دار الفكر العربى، ١٩٩٠م.

٤٥- **محمد الحماحمى ، سهير المهندس** : دراسة تحليلية لبرامج التدريب أثناء الخدمة فى مجال الشباب والرياضة. المجلد الأول للمؤتمر العلمى الدولى «التربية البدنية والرياضة بين النظرية والتطبيق» الذى نظمته كلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة بجامعة حلوان فى الفترة من ٣١/٣/١٩٩٩ إلى ٢/٤/١٩٩٩ .

٤٦- **محمد الحماحمى ، عايدة عبدالعزيز** : الترويح بين النظرية والتطبيق. الطبعة الثانية ، القاهرة ، مركز الكتاب للنشر ، ١٩٩٨م.

٤٧- **محمد الحماحمى ، عبدالقادر البابطين** : دراسة لبعض المتغيرات المرتبطة ببرامج التدريب أثناء الخدمة المقدمة من معهد إعداد القادة بالرئاسة العامة لرعاية الشباب بالمملكة العربية السعودية. كلية التربية الرياضية بجامعة المنيا، مجلة علوم الرياضة، المجلد الحادى عشر ، سبتمبر ١٩٩٩م.

٤٨- **محمد الناشد** : إدارة الأفراد . دبى ، دار القلم ، ١٩٩٠م.

٤٩- **محمد سويلم** : الإدارة فى القرن الحادى والعشرين . الجزء الأول، القاهرة، دار النهضة المصرية، ١٩٩٧م.

٥٠- **محمد صبحى حسنين ، أمين الخولى** : برامج الصقل والتدريب أثناء الخدمة للعاملين فى التربية البدنية والرياضة، والترويح، والإدارة الرياضية ، والطب الرياضى، والإعلام الرياضى، والعلاقات العامة، والرياضة للجميع. القاهرة، دار الفكر العربى، ٢٠٠١م.

٥١- **محمود بازرعة** : بحوث التسويق للتخطيط والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية . القاهرة ، دار النهضة العربية ، ١٩٨٨م.

٥٢- **محيى الدين الأزهرى** : الإدارة ودور المديرين : أساسيات وسلوكيات. القاهرة، دار الفكر العربى، ١٩٩٣م.

٥٣- **مسعد عويس ، عبدالرحمن سيار**: الميثاق الدولى للتربية البدنية والرياضة. سلسلة الثقافة الرياضية، العدد (٧) ، البحرين، معهد البحرين الرياضى، يناير ١٩٩٢م.

٥٤- **مصطفى نجيب :** إدارة الأفراد . عمان ، المركز العربى لتوزيع المطبوعات - ب.ت.

٥٥- **نبيل الشاذلى :** الإنقاذ الحديث . القاهرة، الاتحاد المصرى للغوص والانقاذ، ب.ت.

٥٦- **نسيم حنا :** مبادئ التسويق. الرياض، دار المريخ للنشر، ١٤٠٥هـ ، ١٩٨٥م.

٥٧- **هدى سيد لطيف :** السياحة : النظرية والتطبيق. القاهرة، الشركة العربية للنشر والتوزيع، ١٩٩٤م.

٥٨- **وليد أحمد سامى :** تقويم أساليب تسويق أنشطة الترويح الرياضى فى بعض المؤسسات والأندية. رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان، ٢٠٠٠م.

٥٩- **وليد عباس :** بناء برامج للأنشطة الترويحية الرياضية للسياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية. رسالة ماجستير غير منشورة ، مكتبة كلية التربية الرياضية للبنين بجامعة حلوان ، القاهرة ، ٢٠٠٠م.

٦٠- **وليم تريسى :** تصميم نظم التدريب والتطوير . ترجمة سعد أحمد الجبالى. المملكة العربية السعودية، الإدارة العامة للبحوث، معهد الإدارة العامة، ١٩٩٠م.

٦١- **يوسف القبلان :** أسس التدريب الإدارى . الطبعة الثانية ، الرياض ، دار عالم الكتاب ، ١٩٩٦م.

62 - Académie des Sciences de L'U.S.S : L'Etre Humain dans le Système du Savoir Scientifique. Collection Philosphie et Sociolgie des Sciences et des Thechniques , Moscou, 1988.

63 - Andreff , W., Nys., J : Economie du Sport . Paris, Presses Universitaires de France 1986.

64 - Andrews, John : Developpement du Sport Pour Tous à Travers le Monde : progrès et Problème . Fédèration Internationale d'Education Physique. (FIEP) Bulletin, Volume 16 , No 4, 1992.

65 - Blanksby , Margaret : Staff Training : A Librarian's Handbook . London , New Castel , AAL Publishing , 1988.

66 - Cowley, John.: Personnel Management In Libraries . London, Bingley , 1992.

67 - David : G.R: - Selecting Training Methods. London, Kogan Limited , 1994.

68 - Foster , Douglas : Travel and Tourism Managenent. London, Macmillan Ltd, 1986.

69 - Goodbey , G. : Leisure In Your Life : An Exploration. 2nd Edition. Oxford Circle. State College, Venture Publishing , Inc, 1985.

69 - Goodall , B. , Gregory , A. : Marketing in the Tourist Industry . New - York , Groom Helm , 1988.

70 - Harichaux , P.: Comment Eviter l'Accident dans le Sport ? Paris , Edition Chiron - Sports 1985.

71 - Heath , E ., Geoffrey , W. : Marketing Tourism Destinations. New - York , John Wiley & Son , Inc , 1992.

72 - Holloway . J : The Business Of Tourism. 3[ed] Edition, London, Pitman Publishing , 1989.

73 - Holloway , J ., Plant , V. : Marketing for Tourism. London , Pitman Publishing, 1988.

74 - Jeu , B .: De La Vraie Nature du Sport . Paris, Edition Vigo, 1985.

75 - Kaiser , R .: Liability And Low In Recreation, Parks and Sports. New - Jersey , Prentice - Hall , Inc ., Englewood Cliffs , 1986.

76 - Knoff , Howard ., Curtis Michael. : The Future of School Psychology Perspective On Effective Training School. Psychological Review , Volume 26, No. (1), 1997.

77 - Kotler , P., Gary , A.: Princples of Marketing New - York , Prentice - Hall , Inc ., Englewood Cliffs , 1989.

78- Lea John .: Tourism and Development In The Third World. New - York , Routledge & Hall, Inc. 1988.

79 - Matheison, A, Wall, G .: Tourism, Economic, Physical and Social Impacts . London, New - York , Longman , 1981.

80 - Messmeur, R., Porte, G . : Guide de La Forme et des Sports . Canada, Librairie Larousse, 1985.

81 - Mintzberg., H., Quinn, J .: The Strategy Process. New - York , Prentice Hall, Inc, 1991.

82 - Middlemist , R., et al : Personnel Mangement : Jobs , People , and Logic . New Jersey Englewood Cliffs , Prentice - Hall , 1983.

82 - Mohamed , Saleh .: Le Temple de Louxor . Série Archeologique (2), Cairo , Al Ahram Commercial Press, 1990 .

83 - Moynaud .: Sport et Politque . Paris, Edition Payot.

84 - Pamele , A. W : Measuring The Impact of Training . 2ed Edition. London, Kogan Limited, 1995.

85 - Parks, J., Zanger , B., Quarterman, J.:Contemporary Sport . Illinois , Human Kinetics, 1998.

86 - Pilardeau , Paul .: Sport Pour Tous . Collection Santé. Paris, Editions Henri Veyrier, 1982.

87 - Pitts, B., Stoler D .: Fundamentals of Sport Marketing Fitness Information Technology . Morgan Town, W.V, 1996.

88 - Pociello, C .: Sports et Societé. Paris , Edition Vigot, 1981.

89 - Porter , M .: Competitive Adventage . New - York , The Free Press, 1985.

90 - Standeven, J., Hardman, K., Fisher D: Sport For All Into The 90s: Comparative Physical Education and Sport . Volume7. Germany 1991.

91 - Tevor , Y . : How To Be A Better Project Manager. London, Kagan Page LTD, 1997.

92 - Thompson , J .: Strategic Mangement . London, Champam & Hall, 1990.

93 - Vernus, Pascal ., Yoyotte, Jean .: Les Pharaons , Paris, MA Editions , 1988.

94 - Weiskopf , Donald .: Recreation and Leisure. 2[ed] Edition , Boston , Allyn and Bacon, 1987.

95 - Whetten . & ., Comeron, K .: Developing Management Skills . New - York , Harper Collin Publisher , Inc, 1991.

96 - Wolf , Vierck : Water Park , Case Study Wonder Splash in England. Leisure , Management, 1989.

97 - World Leisure and Recreation Association : Leisure Recreation and Environment , Volume 37 , No2 , 1995.

98 - ________________________________ : The Beach : Image and Environment , Volume 37 , No. 2, 1995.

99 - Yukl , G .: Leadership In Organizations . New - Jersey , Prentice Hall, 1991.

رقــم الايــداع :
٢٥٧١٧ / ٢٠٠٣
الترقيم الدولى :
977 - 294 - 285 - 2

مطـابع آمــون
: الفيروز من ش إسماعيل أباظة
لاظوغلى - القاهرة
تليفون : ٧٩٤٤٥١٧ - ٧٩٤٤٣٥٦